

**KELENGKAPAN INFORMASI SITUS PADA SITUS PARTAI POLITIK
PESERTA PEMILU 2009**

Skripsi



Oleh

Yusa Ferdiansyah. M

153090353

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

YOGYAKARTA

2011

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Dengan Judul
KELENGKAPAN INFORMASI SITUS PADA SITUS PARTAI POLITIK
PESERTA PEMILU 2009



Dr. Christina Rochayanti, M.Si

NIP. 1959 0723 1994 032001

Edwi Arief Sosiawan, S.IP., M.Si.

NPY. 2 67 05 95 00311

Halaman Pengesahan

Telah diuji dan dinyatakan lulus dihadapan tim penguji skripsi pada:

Hari/tanggal : 15, Agustus, 2011
Judul Skripsi : KELENGKAPAN INFORMASI SITUS PADA SITUS
PARTAI POLITIK PESERTA PEMILU 2009

Nama : Yusa Ferdiansyah. M
NIM : 153090353
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas : Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Pembimbing/Penelaah

Tanda Tangan

1. Pembimbing I
Dr. Christina Rochayanti, M.Si 1.(.....)
NIP. 1959 0723 1994 032001
2. Pembimbing II
Edwi Arief S. S.Sos.M.Si 2.(.....)
NPY. 2 67 05 95 00311
3. Penguji I
Dr. Basuki Agus S. M.Si 3.(.....)
NPY.2 71 05 97 0175 1
4. Penguji II
Dr. Puji Lestari. M.Si 4.(.....)
NPY.2 70 06 95 0004 1

SURAT PERNYATAAN

**ORISINALITAS SKRIPSI
MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA**

Saya menyatakan bahwa Skripsi Saya yang berjudul :

**“KELENGKAPAN INFORMASI SITUS PADA SITUS PARTAI POLITIK
PESERTA PEMILU 2009”**

Merupakan karya ilmiah yang saya buat sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat guna mempertanggungjawabkan orisinalitas Skripsi yang saya buat.

Yogyakarta, Agustus 2011

Hormat Saya,

Yusa Ferdiansyah.M
NIM. 153090353

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan dengan ketulusan kepada orang-orang yang selalu mendoakan saya, dan membantu serta mendukung saya dan juga untuk orang-orang yang telah banyak berkorban untuk saya.

Dan khusus saya persembahkan kepada :

- **M.Mahmala.Bsw**; Terima kasih mama atas segala kasih-sayang yang telah diberikan serta kesabaran yang luar biasa yang tak akan pernah mampu saya mambalasnya sampai akhir hayat.
- **Drs.Setiadi A.W**; Terima kasih papa atas segalanya yang telah papa lakukan dan maaf tidak bisa menjadi seperti yang papa harapkan.
- **Adita Piqastari Respati**; Terima kasih teteh yang baik hati yang selalu menjaga dan mendukung serta menjadi penengah. Sayang selalu untuk teteh.

Dan kepada seluruh keluarga besar tercinta yang selalu mengajari untuk terus maju tanpa kenal kata menyerah demi sebuah impian dan masa depan.

HALAMAN MOTTO

“YOU HEAR YOU FORGET, YOU SEE YOU
REMEMBER, YOU DO YOU
UNDERSTAND”

“Masa depan itu mengerikan karena tidak diketahui, tapi dinikmati saat dijalani. Sebagian orang mungkin sudah mengetahui bagaimana masa depannya, sebagian orang mungkin masih mencari masa depannya dan sebagian orang mungkin masih tersesat didalam nya. Dan coba kita memejamkan mata dan membayangkan bagaimana masa depan kita. Semoga apa yang kita bayangkan dalam sekejap pejaman mata menjadi kenyataan. Selalu ada kemungkinan dalam mewujudkan sebuah impian untuk masa depan”

(what i see, what i hear, what i do, whatever in my life by experient)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim,

Assalammualaikum Wr.Wb.

Bentangan alam semesta, jagad raya dan seisinya tak akan pernah habis untuk umat-umat manusia. Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan cinta kasihnya kepada penulis, walaupun sebagai hambaNya penulis kerap melupakan segala nikmat yang telah penulis rasakan. Disertai limpahan taufiq dan hidayahNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan keikhlasan hati.

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan pencipta kehidupan, karena dengan perkenaanNya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul : “KELENGKAPAN INFORMASI SITUS PADA SITUS PARTAI POLITIK PESERTA PEMILU 2009 ”

Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dorongan dari semua pihak, maka dalam hal ini penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

- Ibu Dr. Christina Rochayanti Msi, selaku dosen pembimbing I skripsi yang sangat ramah dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

- Bapak Edwi Arif Sosiawan, S.IP., Msi, sebagai dosen pembimbing II skripsi yang sangat cakap dan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Ibu Ida Wiendijarti, S.Sos, M.Si. atas petunjuk, dorongan semangat, serta saran yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
- Ibu Retno Hendariningrum, SIP,M.si. selaku wakil ketua jurusan ilmu komunikasi yang ikut berpartisipasi memberi semangat serta saran dalam penyelesaian skripsi ini.
- Bapak Agung Prabowo, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi sebagai pemimpin jurusan yang baik sehingga dapat memimpin jurusan menjadi lebih berkualitas.
- Bapak Dr. Basuki Agus S.Sos.M.si. selaku penguji satu yang telah membantu revisi dalam penulisan.
- Ibu Dr. Puji Lestari. M.si selaku penguji dua yang telah membantu dalam revisi dalam penulisan.
- Segenap staff pengajar Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik UPN “V” Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan serta ilmu yang berguna bagi penulis.
- Melissa R. Jasmine, terima kasih atas dukungannya selama ini.
- Teman-teman kampus penulis : Jure S.sos, Yogi (Abink), Isam S.sos, Yuda S.sos, Siska S.sos dan teman penulis yang tidak bisa disebut satu persatu, semuanya sangat berarti bagi penulis. Terima Kasih.

- Teman-teman KMB penulis: Damas, Jerry, Adam, Pam-pam, Dedi, Mioz, dan Johar, terima kasih teman-teman atas penyemangatnya.
- Pada tentor penulis: Renil Muriansyah putra.SSTP, M.Ec.Dev.
- Teman sejawat penulis: Bagoes pramudya hartono.SH, Budi Syahputra.SH, Allan Gamayel.S.psi, Endy Rajab.ST, Feridiansyah.ST, Bani Kuncoro.ST, Ivan Gunawan.ST, Awan setiawan.S.sos, Yoppy Siregar S.sos, Leon Febian.S.psi. Bang Jack.S.E, Bang Morris.S.E, Putri Pramesti.S.H, Ardini selaku adek kos termanis dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih teman-teman atas dukungannya. Terima kasih SOB.

Demikian skripsi ini dibuat, penulis sadar bahwa masih terlalu banyak kekurangan yang harus dibenahi karena masih terlalu banyak keterbatasan ilmu dan wawasan penulis, oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi memperbaiki penyusunan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, Agustus ,2011

Yusa Ferdiansyah. M

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|------|
| Halaman Judul | i |
| Halaman Persetujuan | ii |
| Halaman Pengesahan | iii |
| Surat Pernyataan Orisinalitas | iv |
| Halaman Persembahan | v |
| Halaman Motto | vi |
| Kata Pengantar | vii |
| Daftar Isi | Viii |
| Daftar Tabel | ix |
| Daftar Gambar..... | x |
| Abstrak | xi |
| Abstract | xii |

BAB I. PENDAHULUAN

| | |
|-------------------------------------|----|
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.4.1 Manfaat Akademis..... | 6 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 6 |
| 1.5. Kerangka Teori..... | 6 |
| 1.5.2 Virtual komunikasi..... | 6 |
| 1.5.2 Situs sebagai Media Baru..... | 10 |

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.

| | |
|---|----|
| 2.1 Media Baru..... | 18 |
| 2.2 Website..... | 21 |
| 2.3 Komunikasi Politik..... | 26 |
| 2.5.1 Pengertian Komunikasi Politik | 26 |
| 2.5.2 Unsur-Unsur Komunikasi Politik..... | 27 |

| | |
|----------------------------------|----|
| 2.6 Kampanye..... | 29 |
| 2.7 Penelitian yang sejenis..... | 30 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1. Jenis Penelitian..... | 33 |
| 3.2. Populasi dan Sampel..... | 34 |
| 3.2.1 Populasi..... | 34 |
| 3.2.2. Sampel..... | 34 |
| 3.3. Jenis Data..... | 34 |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data..... | 35 |
| 3.5. Unit Analisis Dan Kategorisasi..... | 35 |
| 3.6. Definisi Operasional..... | 37 |
| 3.7. Teknik Pengumpulan Data..... | 38 |
| 3.8. Reliabilitas..... | 40 |
| 3.9. Analisis Data..... | 41 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1. Gambaran Umum Website Partai..... | 42 |
| 4.2. Hasil Penelitian..... | 54 |
| 4.3. Pembahasan..... | 66 |

BAB V KESIMPULAN

| | |
|---------------------------|----|
| 5.1 KESIMPULAN..... | 72 |
| 5.2 KRITIK DAN SARAN..... | 75 |

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 1.1 | Tabel Unit Analisis Dan Kategorisasi | 36 |
| Tabel 1.2 | Tabel Partai Peserta Pemilu 2009 | 49 |
| Tabel 4.1 | Tabel Hasil Rekap Koding Kelengkapan situs partai politik | 57 |
| Tabel 4.2 | Tabel Hasil Koding Kelengkapan Situs Partai Politik Antara N1 dan N2 | 58 |
| Tabel 4.3 | Hasil Koding Kelengkapan Situs Partai Politik Antara N1 dan N3 | 59 |
| Tabel 4.4 | Tabel Prosentase Hasil Koding pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 Berdasarkan Kemudahan Mengakses Dalam Navigasi di Setiap Halaman | 60 |
| Tabel 4.5 | Tabel Prosentase Hasil Koding Pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 Berdasarkan Informasi utama | 61 |
| Tabel 4.6 | Tabel Prosentase Hasil Koding Pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 Berdasarkan Informasi dasar | 61 |
| Tabel 4.7 | Tabel Prosentase Hasil Koding Pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 Berdasarkan Alamat Kantor Pusat | 62 |
| Tabel 4.8 | Tabel Prosentase Hasil Koding Pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 Berdasarkan Alamat Kantor Daerah Tingkat I | 63 |
| Tabel 4.9 | Tabel Prosentase Hasil Koding Pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 Berdasarkan Alamat Kantor Daerah Tingkat II | 63 |
| Tabel 4.10 | Tabel Prosentase Hasil Koding Pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 Berdasarkan Fitur | 64 |
| Tabel 4.11 | Tabel Prosentase Hasil Koding Pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 Berdasarkan Data Caleg Nama lengkap sesuai ijazah | 65 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 4.1 Halaman Muka Situs Partai Hati Nurani Rakyat. | 44 |
| Gambar 4.2 Halaman Muka Situs Partai Karya Peduli Bangsa. | 45 |
| Gambar 4.3 Halaman Muka Situs Partai Gerindra. | 46 |
| Gambar 4.4 Halaman Muka Situs Partai Keadilan Sejahtera. | 47 |
| Gambar 4.5 Halaman Muka Situs Partai Amanat Nasional (PAN). | 48 |
| Gambar 4.6 Halaman Muka Situs Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). | 49 |
| Gambar 4.7 Halaman Muka Situs Partai Nasional Indonesia (PNI) Marhaenisme. | 50 |
| Gambar 4.8 Halaman Muka Situs Partai Golongan Karya (Golkar). | 51 |
| Gambar 4.9 Halaman Muka Situs Partai Demokrat (PD). | 52 |
| Gambar 4.10 Halaman Muka Situs Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). | 53 |

ABSTRAK

Sejak era reformasi bergulir di Indonesia, iklan politik mulai memperlihatkan dinamikanya. Salah satu peran iklan dalam politik adalah penggunaannya sebagai media untuk menarik calon pemilih. Banyaknya partai politik yang membuat berbagai macam versi iklan untuk menarik berbagai golongan masyarakat yang dianggap cukup potensial menjadi pemilih aktif dalam pemilu selanjutnya. Media situs internet (*website*) menjadi salah satu pengembangan media dengan mengandalkan kecanggihan teknologi internet. Media internet dianggap sebagai pengembangan dari media konvensional lainnya. Dari fenomena diatas penelitian ini menelaah secara kritis tentang isi pesan, strategi partai politik dan desain situs-situs partai peserta pemilu 2009. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui transparansi partai ditinjau dari kelengkapan informasi di situs peserta pemilu 2009. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode *Content Analysis*, karena yang dijadikan permasalahan dalam penelitian ini adalah mengenai isi pesan yang tampak, sasaran atau tujuan, dan teks atau bahasa yang digunakan, serta banyaknya pelanggaran berdasarkan kategori yang sudah ditetapkan. Dari penelitian ini disimpulkan bahwa isi pesan, sasaran atau tujuan, dan teks atau bahasa yang digunakan dalam website resmi partai politik peserta pemilu 2009, masih banyak kekurangan dan pelanggaran dari kategori yang telah ditetapkan, seperti kemudahan akses, informasi dasar, kontak *webmaster* atau kontak informasi alamat dari *website* partai peserta pemilu 2009, fitur dan data caleg dari partai peserta pemilu 2009 tersebut. Untuk mengatasi kekurangan dan pelanggaran yang terdapat pada *website* partai peserta pemilu 2009 perlu diadakan penelitian lebih lanjut mengenai isi pada media situs partai dengan metode analisis isi pada indikator yang berbeda, bagian pengelola situs partai hendaknya lebih memperhatikan kandungan isi sehingga dapat memberikan fungsi maksimal pada pembangunan citra partai, dan partai politik lebih memperhatikan fitur *feedback* serta fitur *download* (unduh) sebagai upaya menyampaikan informasi secara bolak-balik antara media dan masyarakat.

ABSTRACT

Since the reformation era has been rolled in Indonesia, political advertisement begins to show its dynamics. One of the advertisement roles in politic is its use as a media to attract prospective voters. Many of political parties make a various versions of the advertisement in order to attract a variety of community groups which are considered to be enough potential as active voters in subsequent elections. Internet site media (website) becomes one of the development medium by relying on the sophistication of Internet technology. Internet is considered as the development of other conventional media. From the phenomenon above, this study critically examines about the content of messages, political parties' strategy and the websites design of the political parties contesting the 2009 election. The aim of this study is to determine parties transparency reviewed from the information completeness on the official website of the political parties contesting the 2009 election. This study is a quantitative study using *Content Analysis* method because the problems which are arose in this study are the apparent of content message, target or objective, and the text or language used, and also the number of violation based on predefined category. From this study, it can be concluded that the message content, target or objective, and the text or language used in the official website of the political parties contesting the 2009 election, there are still many shortcomings and violations of the predefined categories, such as the ease of access, basic information, webmaster contact or information contact of the political parties, features, and candidates data from the political parties. To overcome the shortcomings and violations on the website of the political parties contesting the 2009 election, it needs to be conducted a further research about the content of the political parties' website using content analysis method on the different indicators, the political parties website admin should pay more attention on the contents so that they can provide maximum function to the political parties' image-building, political parties should pay more attention to the feedback feature and download feature as an effort to convey information back and forth between media and society.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.

Sejak era reformasi bergulir di Indonesia, iklan politik mulai memperlihatkan dinamikanya. Iklan politik tersebut tidak hanya dilakukan melalui brosur dan pamflet sebagai suatu pendekatan media luar ruang, tetapi juga telah merambah melalui media cetak bahkan media elektronik. Seluruh bagian dari media massa telah menjadi bagian dari kegiatan politik bangsa, berkembang menjadi sarana penyampaian inspirasi politik tanpa hambatan, sepanjang tidak membahayakan kemerdekaan dan kehidupan bangsa, namun berani masuk ke dalam rana politik yang kadang-kadang bisa dianggap sensitif. Kemampuan menyeluruh sebagai sebuah media komunikasi dalam memperlihatkan kemampuannya yang tinggi dalam berbicara dan menganalisis situasi politik dan hal itu merupakan sumbangsih yang tak ternilai terhadap kehidupan bangsa dan negara. Fenomena ini juga lahir dari masyarakat sendiri cenderung mencari informasi yang lebih lengkap.

Salah satu peran iklan dalam politik adalah penggunaannya sebagai media untuk menarik calon pemilih. Hal ini dapat kita lihat semakin terlihat menjelang pemilu. Banyaknya partai politik yang membuat berbagai macam versi iklan untuk menarik berbagai golongan masyarakat yang dianggap cukup potensial menjadi pemilih aktif dalam pemilu selanjutnya. Hal ini akan mengukuhkan bahwa partai politik tidak akan berdiri tanpa dukungan kekuatan massa yang

dimilikinya. Jadi media apapun akan dilancarkan untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, termasuk iklan melalui televisi.

Kondisi kepercayaan masyarakat sekarang yang begitu tidak mempercayai partai politik membuat saluran komunikasi melalui partai politik tidak akan merubah kondisi di dalam pemerintah yang telah carut-marut. Data hasil survei menunjukkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap partai politik mengalami penurunan dari 8 persen di tahun 2004 menjadi menjadi 5,8 persen di tahun 2007. Setelah pemilu 2004 usai terus terjadi penurunan hingga tahun 2007.

Politik dianalogikan sebagai pasar tempat para figur politik saling berkompetisi untuk memperebutkan pangsa pasar pemilih. Di sinilah konsep marketing yaitu marketing politik berperan untuk merebut pangsa pasar pemilih yang sebesar-besarnya. Namun selain melakukan marketing politik, figur politik juga memerlukan citra politik sebagai sebuah strategi positioning untuk membedakan antara satu figur politik dengan figur politik lainnya. Melalui positioning tersebut figur politik bisa memiliki posisi yang khas, jelas, meaningful, dalam sistem keyakinan dan kognitif para pemilih yang memudahkan para pemilih tersebut mengidentifikasi figur politik tertentu.

Berkaitan dengan penggunaan media, sebelum era media on-line umumnya media komunikasi yang digunakan oleh partai politik berupa media konvensional seperti media cetak dan elektronik. Baik media cetak maupun elektronik memiliki keunggulan jangkauan yang luas kepada khalayak, namun luasnya jangkauan tersebut setara dengan biaya yang harus dikeluarkan pengguna media. Media

elektronik khususnya televisi sampai sekarang merupakan media iklan dengan *budget* biaya yang relatif tinggi dibandingkan dengan media lainnya.

Media situs internet (*website*) menjadi salah satu pengembangan media dengan mengandalkan kecanggihan teknologi internet. Media internet semakin banyak dipilih sebagai media distribusi informasi karena memudahkan penyebaran informasi, tampilannya yang mendukung multimedia, berdaya jangkau dunia, dan interaktifitas yang tinggi. Perkembangan teknologi internet juga dipicu semakin banyaknya pilihan pengguna dalam melakukan akses internet. Tidak hanya melalui komputer, kini, dengan menggunakan PDA (*Personal Digital Assistant*) atau telepon genggam internet bisa diakses. Media distribusi pun berkembang, yang awalnya hanya dengan modem melalui sambungan telepon rumah, kini bisa menggunakan layanan nirkabel, melalui jaringan telepon seluler, kabel listrik di beberapa tempat, dan kabel serat optik yang semuanya menawarkan akses dengan kecepatan lebih tinggi daripada koneksi-koneksi secara konvensional menggunakan kabel telepon rumah.

Apabila diterapkan dalam situs partai maka dapat dilihat bahwa situs selain sebagai bagian dari media komunikasi yang menyampaikan berbagai informasi yang berkaitan dengan eksistensi partai itu sendiri juga dapat berperan sebagai media untuk mempromosikan partai tersebut. Hal ini tidak terlepas bahwa partai membutuhkan media untuk mempromosikan sehingga dapat lebih dikenal (bagi partai baru) serta dapat lebih diterima oleh masyarakat (bagi partai lama). Penggunaan media internet dalam dunia bisnis sebenarnya mempunyai kesamaan dengan penggunaan media internet dalam bidang politik. Secara pragmatis,

keduanya saling bertaut dan bahkan memiliki target yang sama, yakni didapatnya respons positif dari publik. Jika penggunaan media internet dunia dalam bidang industri, diproyeksikan untuk peningkatan profit dari produk yang ditawarkan sedangkan penggunaan media internet dalam bidang politik bertujuan memperoleh suara sebanyak mungkin dalam pemilu.

Dalam masa kampanye seperti ini seluruh bagian dari media telah menjadi bagian dari kegiatan politik bangsa, berkembang menjadi sarana penyampaian inspirasi politik tanpa hambatan. Sepanjang tidak membahayakan kemerdekaan dan kehidupan bangsa, namun berani masuk ke dalam rana politik yang kadang-kadang bisa dianggap sensitif.

Media internet dianggap sebagai pengembangan dari media konvensional lainnya. Hal ini juga tidak terlepas dari fenomena kemenangan Husein Barack Obama dalam pemilihan presiden yang juga menggunakan media internet sebagai media promosi dan di antaranya menggunakan media *web* serta *facebook*. Media internet dianggap lebih cepat dalam menyediakan informasi serta lebih mudah diakses bagi setiap kalangan di manapun. Fenomena ini juga lahir dari masyarakat sendiri dimana cenderung mencari informasi yang lebih lengkap.

Pada sisi lain mengingat tujuan utama pembuatan situs partai tidak lain mempromosikan partainya maka peluang implementasi serta hambatan yang ada memunculkan beberapa pertanyaan tentang sampai sejauh mana penerapan/implementasi tujuan promosi partai tersebut dapat dilakukan yang dapat dilihat dari bagaimana ketersediaan informasi dalam setiap situs web. Berangkat dari beberapa pertanyaan tersebut di atas maka tulisan ini mencoba

untuk menelaah secara kritis tentang isi pesan, strategi partai dan desain situs–situs partai peserta pemilu 2009 yang telah dilakukan selama ini.

1.2. Rumusan Masalah.

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah sebagai berikut: bagaimana kelengkapan penyajian dan isi di situs partai politik sebagai peserta pemilu 2009.

1.3. Tujuan Penelitian.

Untuk mengetahui kelengkapan penyajian dan isi informasi partai politik ditinjau dari kelengkapan informasi di situs partai politik peserta pemilu 2009.

1.4. Manfaat Penelitian.

1.4.1 Manfaat Akademis.

1.4.1.1 Dengan semakin majunya perkembangan teknologi internet, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap studi tentang internet yang sejalan dengan perkembangannya dari sudut pandang ilmu sosial khususnya ilmu komunikasi.

1.4.1.2 Hasil studi ini memberi pemikiran bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, yang meneliti tentang keefektifan penggunaan media situs partai dengan metode analisis isi.

1.4.2 Manfaat Praktis.

1.4.2.1 Hasil penelitian diharapkan bermanfaat bagi pengguna internet khususnya yang ingin bergabung dalam Partai politik agar dapat memberikan gambaran tentang perilaku komunikasi dalam komunitas virtual partai, sehingga dapat melihat internet sebagai media representasi social dalam partai politik.

1.4.2.2 Hasil penelitian ini nantinya diharapkan sebagai bahan pertimbangan bagi Partai Politik dalam melakukan kegiatan periklanan atau promosi dengan baik.

1.5. Kerangka Teori.

1.5.1 Komunikasi Virtual.

Saat ini internet ternyata bukan sekedar menjadi alternatif media komunikasi saja, tetapi juga ikut membentuk pola-pola komunikasi baru. Bentuk atau pola komunikasi baru tersebut antara lain; sifat komunikasi bermedia berubah menjadi komunikasi yang interaktif, sifat komunikasi tidak lagi selalu *synchronorous* tetapi dapat pula bersifat *asynchronorous*, jarak ruang, waktu antara pengirim dan penerima pesan menjadi keniscayaan untuk semakin tipis, serta konteks komunikasi berlangsung dalam dunia maya (virtual) (<http://edwi.dosen.upnyk.ac.id> diakses pada tanggal 27 April 2009).

Fenomena komunitas merek yang berkembang di dunia internet atau virtual akhir-akhir ini semakin marak dan hal ini dapat didayagunakan bagi pemasar produk, terutama bagi produk yang berkaitan dengan teknologi. Bila komunitas

virtual diimplementasikan dalam strategi pemasaran, maka dapat berpotensi menimbulkan efek eksponensial dalam menyebar luaskan kegiatan pemasaran.

Komunikasi virtual atau *virtual communication* sendiri dapat diartikan sebagai komunikasi (proses penyampaian dan penerimaan pesan) menggunakan (melalui) *cyberspace* / ruang maya yang bersifat interaktif. Komunikasi virtual tidak dapat lepas dari sebuah media internet yang menggunakannya sebagai alat komunikasi. Disini terlihat adanya peralihan gaya atau kebiasaan manusia dalam berkomunikasi menyampaikan informasi dengan sesamanya. Dikatakan begitu karena saat ini manusia tidak perlu lagi berkomunikasi pada waktu, tempat yang sama. Melalui komunikasi virtual hambatan-hambatan yang ada terdahulu seperti jarak, waktu, biaya, serta kesulitan lainnya dapat teratasi. Hal ini dikarenakan internet sebagai media komunikasi virtual tidak terbatas ruangnya sehingga masyarakat luas dapat menyampaikan informasi kemana saja, dan ke siapa saja. Dalam komunikasi virtual, memungkinkan seseorang berinteraksi tetapi sebenarnya mereka tidak berada secara wujud di tempat itu (<http://komunitasvirtual.wordpress.com/> diakses pada tanggal 27 Mei 2009).

Dalam komunikasi virtual, memungkinkan seseorang berinteraksi tetapi sebenarnya mereka tidak berada secara wujud di tempat itu. Melakukan komunikasi menggunakan internet, dapat dibedakan menjadi dua jenis komunikasi yaitu,

- a. *Asynchronous communication* (komunikasi melalui media internet dengan pengirim dan penyampai pesan dalam berinteraksi tidak berada pada

kedudukan tempat dan waktu yang sama, namun pesan tetap sampai pada tujuan / sasaran (penerima).

- b. *Synchronous communication* (komunikasi melalui internet dengan interaksi yang bersamaan waktunya).

Keberadaan internet sebagai media komunikasi membawa kemajuan yang berarti dalam era komunikasi dan informasi saat ini. Menurut jenisnya komunikasi virtual dapat dibedakan menjadi tiga model yaitu *email*, *chatting*, serta *web*.

Salah satu konsep mutakhir yang ditawarkan untuk melihat internet sebagai media komunikasi adalah konsep “*computer mediated communications*” (CMC). CMC sebagai Komputer adalah suatu teknologi yang telah lama mendampingi manusia dalam menjalankan kehidupannya. Dalam perkembangannya komputer menjadi sarana komunikasi bagi manusia di seluruh dunia. Konsep komunikasi bermedia komputer atau sering juga disingkat CMC (*Computer Mediated Communication*) hampir sama dengan konsep komunikasi bermedia lainnya, yaitu adanya pengirim, pesan, dan penerima namun menggunakan komputer sebagai media pengiriman dan penerimaan pesan.

Menurut Susan Herring (1996) CMC adalah komunikasi antara manusia melalui peralatan komputer. Sementara John December (1997) mendefinisikan CMC sebagai suatu proses komunikasi antar manusia melalui komputer, yang melibatkan banyak orang dalam suatu situasi khusus, dan dalam proses-proses yang menarik untuk suatu tujuan tertentu dan Gerry Santoro mengatakan bahwa secara garis besar CMC dapat mencakup semua kegunaan computer termasuk beragam aplikasi seperti proram analisis statistik, *remote sensing systems* dan

program keuangan yang semuanya cocok dalam konsep komunikasi manusia (Thurlow, Lengel, dan Tomic, 2004). Dari pendapat ketiga tokoh di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *Computer Mediated Communication* adalah suatu proses komunikasi antar manusia dengan menggunakan peralatan komputer beserta program-program aplikasinya sebagai media. (dalam Pramularso. Johar 2011. Skripsi:10. UPNYK)

Sebagai suatu media komunikasi, komputer membutuhkan jaringan yang mampu menghubungkan satu komputer dengan komputer lainnya. Internet yang merupakan suatu jaringan besar menjadi bagian penting dari CMC sebagai penghubung jutaan komputer yang tersebar di seluruh dunia. Kemampuan internet sebagai suatu jaringan penghubung merupakan salah satu kunci perkembangan CMC. Aktivitas-aktivitas yang sering dilakukan manusia yang merupakan bentuk dari CMC meliputi :

- E-mail: surat elektronik yang dikirimkan antar pribadi.
- Usenet Newsgroup: kelompok diskusi di *electronic bulletin board* dan biasanya berfokus pada topik-topik tertentu.
- LISTSERV: Kelompok diskusi dengan menggunakan e-mail mailing list servers.
- Chatting: Percakapan interaktif melalui internet.
- Telnet: Masuk ke sistem komputer tertentu dan bekerja pada sistem komputer yang lain. (Diana, 2001:7)

Konsep CMC yang ditawarkan ini sebenarnya masih bersifat “mentah” dan cenderung menerjemahkan konsep CMC dari alur logika teknis jaringan internet. Apalagi konsep-konsep yang ditawarkan dalam CMC tidak melihat komunikasi melalui internet adalah bersifat virtual. Konsep CMC juga tidak memberi penjelasan tentang level dan konteks komunikasi, unsur-unsur komunikasi yang terlibat serta model yang berlaku dalam komunikasi menggunakan internet.

1.5.2 Situs sebagai Media Baru.

Sebuah kerangka konseptual sangat diperlukan dalam upaya kita memahami media baru. Ini penting karena digunakan untuk membantu menata dan menjelaskan dimensi, kualifikasi dan konsekuensi dari teknologi media baru yang berbeda dengan teknologi komunikasi yang lama. Media baru telah mengubah cara perilaku dalam berkomunikasi *pervasif*, *nonstop* dan menciptakan lingkungan baru dalam komunikasi lebih bersifat personal, privat dan lebih tertutup.

Perkembangan teknologi media baru yang mengintegrasikan antara teknologi komputer, telekomunikasi dan media, menjadikan kita dapat memanfaatkan setiap waktu. Siapa saja dapat mengakses internet baik pagi, siang, sore atau pun malam yang dapat dilakukan dimana saja sepanjang koneksi internet terjadi. (Suparno, Basuki Agus & Susilastuti. 2010: 85).

Internet adalah kependekan dari *inter-network*. Secara harfiah mengandung pengertian sebagai jaringan komputer yang menghubungkan beberapa rangkaian (www.wikipedia.com diakses pada tanggal 10 Agustus 2009). Jaringan internet juga didefinisikan sebagai jaringan komputer yang mampu menghubungkan

komputer di seluruh dunia sehingga berbagai jenis dan bentuk informasi dapat dikomunikasikan antar belahan dunia secara instan dan global (www.jurnal-kopertis4.org diakses pada tanggal 10 Agustus 2009). Selain kedua pengertian di atas, internet juga disebut sebagai sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. Internet menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dari sumber daya informasi untuk jutaan pemakainya yang tersebar di seluruh dunia. Layanan internet meliputi komunikasi langsung (*e-mail, chat*), diskusi (*usenet news, milis, bulletin board*), sumber daya informasi yang terdistribusi (*World Wide Web, Gopher*), *remote login* dan lalu lintas file (*Telnet, FTP*), serta berbagai layanan lainnya (www.andhika.com diakses pada tanggal 10 Agustus 2009).

Produser & pemirsa dalam internet bisa digolongkan menjadi 4 kategori:

1. Komunikasi individu atau pribadi seperti *e-mail*,
2. Komunikasi kolektif atau banyakan seperti buletin elektronik, diperlukan pendaftaran untuk mengaksesnya,
3. Komunikasi yang selaras, bisa satu individu, individu ke individu lainnya dan dapat diatur sesuai topik, bentuk sesuai objek, peraturan permainan seperti *chat room*,
4. Komunikasi tidak selaras dimana seseorang membuka situs untuk mencari informasi.

Secara keseluruhan maka media internet apabila dibandingkan dengan jenis-jenis media lainnya yaitu memuat sebuah asas yang tidak dapat dipenuhi oleh media massa lainnya yaitu asas interaktifitas. Interaktifitas mengandung tiga arahan yaitu : komunikasi 2 arah, komunikasi yang aktif kembali, dan komunikasi timbal balik penuh. Hal ini sangat membantu dalam mempertimbangkan timbal balik yang bervariasi budaya, kenaikan atau penurunan penggunaan internet.

Dikhususkan pada fasilitas *web browser* pada dasarnya merupakan tempat atau sarana untuk menyampaikan atau tempat pajanan berbagai informasi (*eksposure*) oleh suatu institusi ataupun perseorangan. *Web* adalah tempat memajang informasi secara on line dan bersifat virtual (maya) yang memiliki kaitan (*link*) informasi tidak terbatas (berujung).

Informasi dalam *web* secara umum dapat dikategorikan menjadi 3 macam, yaitu informasi yang bersifat umum (berita on-line, info pelayanan umum dan sebagainya), kemudian informasi khusus (*web* dengan isi informasi tentang suatu lembaga, atau informasi dalam berbagai kategori) sedang yang terakhir adalah informasi komersial. Sedangkan jenis web sendiri dibagi menjadi dua jenis yaitu *official web* (web resmi ; biasanya *web* milik lembaga yang sah dan memiliki otoritas terhadap *web* bersangkutan) dan jenis kedua adalah *unofficial web* (web tidak resmi ; dimiliki dan dikelola secara personal).

Apapun jenis informasi dan jenis *web*-nya, yang jelas informasi dalam *web* diperuntukkan kepada khalayak umum (bersifat universal) dan selalu diperbaharui (*up-grade*) dalam setiap periode (periodisitas). Dengan karakter-karakter seperti itu maka web dapat dikategorikan sebagai media baru. Eksposure informasi yang

dipampangkan dalam internet tidak berbeda jauh dengan exposure-eksposure media klasik lainnya.

Lembaga maupun person yang menggunakan *web* sebagai media informasi adalah “*informations / message source*” (sumber informasi dan pesan) dan bukannya komunikator. Umumnya komunikator dalam *web* adalah “*web-master*” , *provider internet* dan *web hosting* (penyedia jasa penempatan *web* di Indonesia) sebagai pelaku penyiaran secara on-line informasi yang disampaikan. Design bentuk *web* juga bergantung pada *web master*, *provider* ataupun *web hosting* penyelenggara. Sedangkan *design* mandiri dilakukan oleh person perseorangan, apabila *web* tersebut merupakan web individu atau personal.

Meskipun komunikator dalam *web* adalah *web master*, *provider* ataupun *web hosting* penyelenggara layanan internet, namun umpan balik (*feedback*) tetap ditujukan atau dialamatkan kepada *source* dalam hal ini lembaga ataupun individu yang bersangkutan, melalui fasilitas *e-mail*. Dengan demikian *feedback* yang disampaikan kepada “*informations / message source*” adalah *direct feedback* yang bersifat *asynchronous communications*. Secara singkat umpan balik dalam *web* adalah *direct feedback asynchronous*. Balasan terhadap *feedback* yang diterima *informations / message source* juga berupa pesan (*message reply feedback*) melalui *e-mail* dengan proses yang sama secara *asynchronous communications* namun bersifat *delayed*.

Pesan dalam komunikasi melalui *web* seperti telah disebutkan di muka berisi informasi umum, khusus dan komersial.. Informasi secara umum diwakili oleh berbagai web berita, pelayanan umum ataupun *highlight* dari suatu *home page*. Isi

informasi atau pesan umum dalam *web* hanya menampilkan informasi secara garis besar ataupun hal-hal yang pokok / penting saja, tidak secara detail. *Design web* yang berisi informasi umum tampilannya sederhana tanpa eksploitasi atensi yang berlebihan. Kekuatan *web* kategori ini justru terletak isi informasinya yang dijadikan *highlight*. Kekuatan kedua dari *web* jenis ini adalah aktualisasi atau perubahan tampilan isi *web* yang selalu di *up-grade* dalam waktu relatif singkat.

Untuk *web* dengan jenis informasi khusus seperti *web* milik suatu lembaga-lembaga pemerintah atau non pemerintah ataupun berbagai *web* institusi serta *web* personal. Isi pesan yang disampaikan umumnya menyampaikan profil dari lembaga yang bersangkutan ataupun tema tertentu dari person yang memiliki *web*. Isi pesan informasinya umumnya lengkap dan detail serta memiliki penawaran interaktif melalui umpan balik melalui *e-mail*.

Tema-tema pesan dalam *web* jenis informasi khusus juga memiliki fungsi sebagai penyampaian informasi berbagai pengetahuan yang bersifat edukatif seperti jurnal-jurnal on line ataupun perpustakaan *on-line*. Untuk *web* yang mewakili lembaga, isi informasinya juga ditujukan sebagai sarana pesan public relations yang berusaha menampilkan citra positif melalui media *on-line*. Sedangkan *web* personal isi pesan yang disampaikan berisi informasi tentang suatu topik *interest* tertentu beserta kaitan-kaitannya.

Design web jenis informasi khusus umumnya memiliki tampilan menarik dan penuh dengan berbagai *asscesories* untuk menarik atensi pengguna internet. Web dengan jenis informasi komersial, dikenal sebagai *e-commerce* yaitu web yang digunakan sebagai sarana transaksi bisnis ataupun ajang interaksi bisnis

secara *on-line*. Pesan-pesan dalam *web* jenis ini tidak jauh berbeda dengan bentuk-bentuk pesan dalam iklan media cetak maupun iklan di media elektronik. Umumnya design *web* memiliki *icon-icon highlight* untuk menarik atensi pengguna internet. *Web* informasi komersial tampilan pesannya memang dalam web situs mandiri namun *icon-icon link highlight*-nya (kaitan-kaitan) terdapat atau ditumpangkan di dalam web-web lainnya khususnya dalam *home page* web-web bersangkutan. Karena bersifat komersial maka web ini juga menawarkan transaksi bisnis secara *on-line* interaktif. Khusus web informasi komersial dengan penawaran transaksi *on-line*, *feedback* yang terjadi adalah permintaan barang secara riil dan pengiriman financial dengan penggunaan kartu kredit. Balasan *feedback* yang diberikan kepada komunikan adalah pesan pemberitahuan atau konfirmasi dan transaksi riil dengan pemberian barang yang diminta atau dipesan.

Komunikan dalam komunikasi melalui *web* adalah identik dengan komunikan media klasik lainnya, yaitu : bersifat heterogen, tersebar diberbagai tempat, tidak dikenali dan bersifat massal. Perbedaan dalam kuantitas merupakan perbedaan yang mendasar, ini disebabkan karena komunikan dalam komunikasi *web* melintas antar benua atau tak terbatas jarak. Namun perbedaan yang paling pokok adalah; komunikan dalam media klasik cenderung bersifat pasif menerima apa adanya informasi yang diterpakan kepadanya dengan pilihan informasi yang terbatas, sedangkan komunikan dalam *web* adalah komunikan yang aktif melakukan pencarian secara mandiri atau melalui pilihan yang tersedia terhadap informasi yang diinginkan dan dibutuhkan tanpa adanya keterbatasan informasi.

Sehingga komunikasi dalam komunikasi melalui *web* lebih tepat disebut sebagai “*active communicant*” (komunikasi aktif).

Komunikasi aktif dalam komunikasi *web* adalah *interest person*. *Interest person* yang dimaksud disini adalah umumnya komunikasi menggunakan *web* untuk mencari informasi yang dibutuhkan atau diminati melalui penawaran interaktif serta *multiple select* informasi yang ditawarkan dalam *web browsing*. Komunikasi aktif tidak saja sekedar menerima terpaan informasi tetapi komunikasi langsung dapat memilih informasi yang diinginkan, serta mencari *link-link* atau kaitan-kaitan informasi di dalamnya. Dalam *web* komunikasi aktif memang dimanjakan dengan berbagai informasi dari segala jenis *human interest*.

Interaktif antara *web* dengan komunikannya terdiri atas dua jenis yaitu interaktif *feedback* dan interaktif request. Interaktif *feedback* adalah kesempatan bagi komunikasi untuk melakukan umpan balik melalui *e-mail*, berpartisipasi melalui *icon registration*, isian buku tamu, memasukkan opini dan polling secara langsung. Sedangkan interaktif *request* adalah kesempatan komunikasi aktif / *interest person* untuk melakukan permintaan pencarian secara bebas terhadap informasi yang diinginkan/dicari melalui fasilitas *search engine* (mesin pencari). Melalui cara ini pula komunikasi akan dapat memilih *multiple select result* hasil pencarian *search engine*.

Seperti halnya *e-mail* dan IRC yang mengikuti pola *client server* ataupun sistem TCP/IP, maka dalam komunikasi melalui *web* akan terdapat pengalihan sandi-sandi pesan menjadi simbol-simbol dan sebaliknya. Simbol pesan yang

digunakan dalam *web* adalah teks, grafis, citra bergerak dan suara dalam *format hyper text markup language*.

Sementara untuk bisa dikirimkan dan diterima oleh penerima pesan/khalayak harus melalui pengubahan menjadi data grams yang nantinya didistribusikan ke dalam jaringan oleh TCP/IP. Data grams yang berada dalam *network internet* sebelum sampai ke penerima pesan/komunikas, akan berubah dulu menjadi bentuk HTML agar bisa diterima dan dipersepsi oleh komunikas. Singkatnya dalam proses komunikasi melalui *web* terdapat proses *decoder* dan *encoder* yang dilakukan oleh *encoder* dan *decoder transfer agent*.

Hambatan utama yang terdapat dalam komunikasi melalui *web*, juga sama dengan komunikasi melalui *e-mail* dan IRC yaitu hambatan mekanis *server down*, *disconnect*, dan *connection failed*; tidak terjadinya koneksi antara komputer *user* (pengguna) dengan jaringan internet. Hambatan lain adalah hambatan bahasa dari *web domain* luar negeri yang lebih banyak eksposurennya dibanding *web domain* dalam negeri. Hambatan bahasa teknik juga terdapat dalam komunikasi *web*, artinya ketidaktahuan *user* untuk mengeksplorasi suatu *web* melalui *icon-icon* yang terdapat dalam *web*.

Hambatan lainnya adalah tidak “*match*”/cocoknya permintaan *user* melalui fasilitas *query*, akibat ketidaktepatan penulisan *keywords* atau kata kunci. Selain hambatan tersebut adalah keterbatasan informasi yang *rigid* dalam *web* yang diinginkan oleh *user* pengguna sehingga tidak memberikan kepuasan pada pengguna / *user*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Baru.

Dalam kerangka konseptual didalam memahami media baru adalah dengan kembali melihat fungsi teknis yang dasar dari sebuah teknologi; Pertama, adalah menyangkut produksi. Produksi menunjukan pada proses dan pengumpulan informasi yang digunakan. Teknologi yang digunakan antara lain mencakup komputer, kamera foto elektronik, printer, scanner optikal dan semua media komunikasi yang diterapkan di dalam proses produksi. Kedua, menyangkut distribusi. Dalam konteks ini distribusi mengandung arti sebagai transmisi informasi dan data. Ketiga, masalah penyajian. Banyaknya perangkat teknologi yang dapat digunakan untuk menyampaikan atau menyajikan informasi kepadahalayak sebagai pengguna akhir dari produk media. Termasuk didalamnya format menyajikan informasi elektronik, yang mempunyai berbagai bentuk format seperti Video, audio, teks, data atau kombinasi dari semua format tersebut. Teknologi media komunikasi memudahkan kita mengakses dan mendapatkan informasi sekalipun kita berada dijalan atau sedang berpergian. Media telah mencapai fase yang mampu melakukan transformasi ke dalam berbagai bentuk dan fungsi (mediamprphosis). Keempat, menyangkut penyimpanan. Dalam hal ini, industri media telah mengalami proses evolusi yang panjang dari cara penyimpanan magnetik ke dalam format optik. Standar penyimpanan data dan informasi didalam komputer misalnya, mengenal cara

disket *floppy* magnetik dan *hard drive* magnetik. Kemunculan *compact disk* memungkinkan informasi dapat disimpan ke dalam kapasitas yang lebih besar. Dengan empat aspek tersebut yakni produksi, distribusi, penyajian dan penyimpanan, media baru memiliki kemampuan dalam mengintegrasikan unsur-unsur tersebut ke dalam satuan media. Perkembangan teknologi komunikasi seperti komputer, telekomunikasi dan satelit telah menciptakan sebuah hibrid baru dalam lingkungan teknologi komunikasi media baru.

Dengan melihat secara sekilas perubahan-perubahan yang terjadi pada teknologi media, jelas didalamnya terjadi perubahan-perubahan terhadap beberapa segi dalam perkembangan industri komunikasi. Seperti yang dikatakan John Wicklen yang dikutip Pavlik, 1996 (dalam Suparno, Basuki Agus dan Susilastuti. 2010: 88), semua mode komunikasi manusia telah mengalami perubahan visi sejak datang dan menyatukan sistem elektronik, yang disatukan oleh teknologi komputer dan telekomunikasi. Keberadaan media baru telah memberi peluang dan kesempatan secara lebih baik dalam memberikan sumber-sumber informasi yang dibutuhkan. Pavlik mengatakan media baru memberi kemanfaatan pada tiga hal pokok, yakni *faster* (cepat), *better* (lebih baik) dan *cheaper* (mudah).

Pada umumnya yang dimaksud media baru, setidaknya untuk saat ini, adalah merupakan kombinasi dari: a) teknologi komputer yang dapat memproses isi, memperoleh kembali sekaligus menstrukturanya sebagai bentuk kegiatan komunikasi; b) Jaringan telekomunikasi yang menjadikan seseorang dapat mengakses dan tersambung dengan orang-orang yang berbeda-beda, beragam dan berada pada jarak tertentu; c) digitalisasi terhadap isi media yang

menjadikan seseorang dapat melakukan tranferensi dan presentasi melalui berbagai mode komunikasi (Rice, 2002:125). atau menurut Miles, Rice and Barr dalam flew,2005 menyatakan konvergensi yang menghasilkan berbagai ragam media baru dan digital merupakan perpaduan dari 3C yakni: *communication networks* (jaringan telekomunikasi), *Computing/information technology* (teknologi informasi/komputer) dan *Digitised media and information content* (media digital dan konten informasi). (Suparno, Basuki Agus dan Susilastuti. 2010:101).

Secara umum pemanfaatan media baru tidak hanya menjadi monopoli dalam bidang jurnalistik saja, melainkan digunakan untuk kegiatan bisnis, politik, pendidikan, pemerintahan dan budaya. Ciri yang paling ketara adalah semacam duplikasi media untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital telah membawa ciri baru bagi media lama dan tradisional. Bagaimanapun dalam media massa modern, kemajuan itu telah mentransformasikan hubungan-hubungan sosial, politik, hukum dan ekonomi lebih cepat dari sebelumnya. Adapun transformasi pelaku di dalam memproduksi produk-produk media, apakah dalam bentuk teks, data, musik, film. Video, dan sebagainya. Sementara kepemilikan media sebagai korporasi media yang selalu memiliki kekuasaan untuk mempengaruhi sendi-sendi kehidupan manusia termasuk persoalan politik. (Suparno, Basuki Agus dan Susilastuti. 2010)

2.2 Website.

Sebuah situs web (sering pula disingkat menjadi situs saja; *website*.) adalah sebutan bagi sekelompok halaman web (*web page*), yang umumnya merupakan bagian dari suatu nama domain (*domain name*) atau *subdomain* di *World Wide Web* (WWW) di Internet. WWW terdiri dari seluruh situs web yang tersedia kepada publik. Halaman-halaman sebuah situs web diakses dari sebuah URL yang menjadi "akar" (root), yang disebut *homepage* (halaman induk; sering diterjemahkan menjadi "beranda", "halaman muka"), dan biasanya disimpan dalam *server* yang sama. Tidak semua situs web dapat diakses dengan gratis. Beberapa situs web memerlukan pembayaran agar dapat menjadi pelanggan, misalnya situs-situs yang menampilkan pornografi, situs-situs berita, layanan surat elektronik (*e-mail*), dan lain-lain (<http://id.wikipedia.org/>).

Terminologi *website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah *domain* atau *subdomain*, yang tempatnya berada didalam *World Wide Web* (WWW) di Internet. Sebuah *webpage* adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yang hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari *server website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser*. Semua publikasi dari *website-website* tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.

Halaman-halaman dari *website* akan bisa diakses melalui sebuah URL yang biasa disebut *Homepage*. URL ini mengatur halaman-halaman situs untuk menjadi sebuah hirarki, meskipun, *hyperlink-hyperlink* yang ada di halaman tersebut

mengatur para pembaca dan memberitahu mereka susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan.

Beberapa *website* membutuhkan subskripsi (data masukan) agar para *user* bisa mengakses sebagian atau keseluruhan isi *website* tersebut. Contohnya, ada beberapa situs-situs bisnis, situs-situs *e-mail* gratisan, yang membutuhkan subkripsi agar kita bisa mengakses situs tersebut.

Penemu *Website* adalah *Sir Timothy John "Tim" Berners-Lee*, sedangkan *website* yang tersambung dengan jaringan, pertamakali muncul pada tahun 1991. Maksud dari Tim ketika membuat *website* adalah untuk mempermudah tukar menukar dan memperbarui informasi kepada sesama peneliti di tempat dia bekerja. Pada tanggal 30 April 1993, CERN (tempat dimana Tim bekerja) menginformasikan bahwa WWW dapat digunakan secara gratis oleh semua orang (<http://id.wikipedia.org>. diakses pada tanggal 10 Agustus 2009).

Sebuah *website* bisa berupa hasil kerja dari perorangan atau individu, atau menunjukkan kepemilikan dari sebuah organisasi, perusahaan, dan biasanya *website* itu menunjukkan beberapa topik khusus, atau kepentingan tertentu. Sebuah *website* bisa berisi *hyperling* yang menghubungkan ke *website* lain, jadi, kadangkala perbedaan antara *website* yang dibuat oleh individu perseorangan dengan *website* yang dibuat oleh organisasi bisnis bisa saja tidak kentara.

Website ditulis, atau secara dinamik di konversi menjadi HTML dan diakses melalui sebuah *program software* yang biasa disebut dengan *web browser*, yang dikenal juga dengan HTTP Client. Halaman web dapat dilihat atau diakses melalui jaringan komputer dan internet, perangkatnya bisa saja berupa *Personal*

Computer, Laptop Computer, PDA ataupun *Cellphone* (<http://id.wikipedia.org>. diakses pada tanggal 10 Agustus 2009).

Sebuah *website* dibuat didalam sebuah sistem komputer yang dikenal dengan *Web Server*, juga disebut *HTTP Server*, dan pengertian ini juga bisa menunjuk pada *software* yang dipakai untuk menjalankan sistem ini, yang kemudian menerima lalu mengirimkan halaman-halaman yang diperlukan untuk merespon permintaan dari *user*. *Apache* adalah bahasa *program/software* yang biasa digunakan didalam sebuah *webserver*, kemudian setelah itu adalah *Microsoft Internet Information Server (IIS)*.

Sebuah Website statik, adalah salah satu bentuk website yang isi didalam website tersebut tidak dimaksudkan untuk di update secara berkala, dan biasanya di maintain secara manual oleh beberapa orang yang menggunakan *software editor*. Ada 3 tipe kategori software editor yang biasa dipakai untuk tujuan maintaining ini, mereka adalah (<http://id.wikipedia.org/> diakses pada tanggal 10 Agustus 2009):

a. *Elemen 1 Text Editor.*

Contohnya adalah *Notepad* atau *TextEdit*, dimana HTML diubah didalam program editor tersebut.

b. *Elemen 2 WYSIWYG editor.*

Contohnya *Microsoft Frontpage* dan *Macromedia Dreamweaver*, dimana situs di edit menggunakan GUI (*Graphical User Interface*) dan format HTML ini secara otomatis di generate oleh editor ini.

c. Elemen 3 Editor yang sudah memiliki *template*.

Contohnya *Rapidweaver* dan *iWeb*, dimana editor ini membolehkan *user* untuk membuat dan mengupdate websitenya langsung ke *web server* secara cepat, tanpa harus mengetahui apapun tentang HTML. Mereka dapat memilih *template* yang sesuai dengan keinginan mereka, menambah gambar atau obyek, mengisinya dengan tulisan, dan dengan sekejap mereka sudah dapat membuat website tanpa harus melihat sama sekali kode-kode HTML.

Sebuah *website dynamic* adalah website yang secara berkala, informasi didalamnya berubah, atau website ini bisa berhubungan dengan user dengan berbagai macam cara atau metode (*HTTP cookies* atau *Variabel Database*, sejarah kunjungan, variabel sesi dan lain-lain) bisa juga dengan cara interaksi langsung menggunakan form dan pergerakan *mouse*. Ketika web server menerima permintaan dari *user* untuk memberikan halaman tertentu, maka halaman tersebut akan secara otomatis di ambil dari media penyimpanan sebagai respon dari permintaan yang diminta oleh *user*. Sebuah situs dapat menampilkan dialog yang sedang berlangsung diantara dua *user*, memantau perubahan situasi, atau menyediakan informasi yang berkaitan dengan sang *user*.

Ada banyak jenis sistem *software* yang dapat dipakai untuk meng-*generate* *Dynamic Web System* dan *Situs Dynamic*, beberapa diantaranya adalah *ColdFusion* (CFM), *Active Server Pages* (ASP), *Java Server Pages* (JSP) dan PHP, bahasa program yang mampu untuk meng-*generate* *Dynamic Web System* dan Situs Dinamis. Situs juga bisa termasuk didalamnya berisi informasi yang diambil dari satu atau lebih database atau bisa juga menggunakan teknologi

berbasis XML, contohnya adalah RSS. Isi situs yang statis juga secara periodik di generate, atau, apabila ada keadaan dimana dia butuh untuk dikembalikan kepada keadaan semula, maka dia akan di generate, hal ini untuk menghindari kinerjanya supaya tetap terjaga.

Plugin tersedia untuk menambah banyaknya *feature* dan kemampuan dari *web browser*, dimana, plugin ini dipakai untuk membuka *content* yang biasanya berupa cuplikan dari gambar bergerak (*active content*) contohnya adalah *Flash*, *Shockwave* atau *applets* yang ditulis dalam bahasa JAVA. *Dynamic HTML* juga menyediakan untuk user supaya dia bisa secara interaktif dan realtime, meng-update di web page tersebut (catatan; halaman yang dirubah, tak perlu di load atau di reloaded agar perubahannya dapat dilihat), biasanya perubahan yang dilakukan mereka memakai DOM dan *Javascript* yang sudah tersedia pada semua *Web Browser* sekarang ini.

Seperti yang tertulis di atas, di luar sana ada beberapa perbedaan dalam penulisan dari terminologi *website*. Walaupun "*Website*" sudah secara umum dipakai, namun untuk *Associated Press Stylebook*, *Reuters*, *Microsoft*, *academia*, dan kamus-kamus yang ada, penulisan yang mereka pakai adalah dengan menggunakan 2 kata, yaitu *Website*. Hal ini karena "*Web*" bukanlah terminologi umum, namun ia adalah kependekan dari *World Wide Web* (<http://id.wikipedia.org> diakses pada tanggal 10 Agustus 2009).

2.3 Komunikasi Politik.

2.3.1 Pengertian Komunikasi Politik.

Menurut *Rauf* (1993:73) komunikasi sebagai bagian dari kegiatan politik merupakan penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain. Kegiatan ini bersifat empirik karena dilakukan secara nyata dalam kehidupan sosial sedangkan kegiatan ilmiah maka dalam komunikasi politik adalah salah satu kegiatan dalam bidang politik. Menurut *Rusadi* (1983:98) komunikasi politik adalah upaya untuk mengbungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat baik pikiran intern, instansi, asosiasi ataupun sektor kehidupan politik pemerintah.

Sedangkan menurut *Astrid* (1975:64) komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian pengaruh sedemikian rupa sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama-sama oleh lembaga-lembaga politik.

Berdasarkan uraian diatas maka pengertian komunikasi politik adalah suatu proses dan kegiatan-kegiatan membentuk sikap dan perilaku politik yang terintegrasi ke dalam suatu sistem politik.

2.3.2 Unsur-Unsur Komunikasi Politik

Sebagaimana unsur-unsur komunikasi pada umumnya maka komunikasi politik pun terdiri dari beberapa unsur yaitu: komunikator politik, komunikan, isi komunikasi (pesan-Pesan), media komunikasi, tujuan komunikasi, sumber dan efek. Setiap unsur jelas fungsinya yang mengarah kepada tercapainya "fungsi primer" komunikasi politik yaitu tujuan komunikasi. Dalam komunikasi politik maka fungsi primer komunikasi melembaga dengan fungsi primer negara sesuai sistem politik yang melandasinya (Harun, 2006: 10-14).

a. Komunikator Politik.

Dalam komunikasi politik yang dimaksud komunikator yaitu individu-individu yang menduduki struktur kekuasaan, individu-individu yang berada dalam suatu institusi, asosiasi, partai politik, lembaga-lembaga pengelola media massa dan tokoh-tokoh masyarakat.

b. Komunikan.

Komunikan merupakan pelaku yang menjadi asal asal keluarnya, diperolehnya atau munculnya isu, informasi yang dapat dijadikan materi pesan komunikasinya. Komunikan dapat bersifat perorangan, institusi, organisasi masyarakat, partai politik ataupun negara atau pemerintahan negara lain.

c. Isi (pesan-pesan komunikasi).

Isi (pesan-pesan) komunikasi merupakan produk penguasa melalui proses encoding atau setelah diformulasi ke dalam simbol-simbol yang sesuai dengan lingkungan perusahaan.

d. Media Komunikasi.

Dalam sistem politik yang bagaimanapun bentuk dan sifatnya maka media komunikasi mendapat tempat yang cukup penting. Media komunikasi menjadi pusat perhatian penguasa sebagai alat untuk mendapat legitimasi rakyat di dalam melakukan kebijaksanaan dan sekaligus memperkuat kedudukan penguasa melalui pesan-pesan komunikasi yang telah diinterpretasikan ke dalam simbol-simbol kekuasaan.

e. Tujuan Komunikasi.

Sifat atau bentuk tujuan komunikasi politik sangat tergantung dengan sistem politik yang mendasarinya. Hal ini akan tampak jelas dasar ideal normatif negara yang tertuang dalam sistem normatif dari masing-masing sistem.

f. Sumber Komunikasi Politik.

Sumber komunikasi politik adalah asal keluarnya, diperolehnya atau munculnya isu, informasi yang dapat dijadikan materi pesan komunikasinya. Sumber dapat berasal dari individu atau dapat pula muncul dari elit politik atau berasal dari keyakinan, seperangkat norma dan dokumen yang tersimpan.

Dari unsur-unsur tersebut, keberhasilan proses komunikasi pada akhirnya bermuara pada kemampuan komunikator di dalam memotivasi komunikan untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu sesuai kebijaksanaan yang telah ditetapkan komunikator. Oleh karenanya, apabila suatu situs yang digunakan sebagai media komunikasi politik untuk memenuhi fungsinya akan memiliki kelengkapan unsur-unsur komunikasi politik seperti yang telah diuraikan di atas.

Hal ini kemudian akan diterjemahkan menjadi informasi yang terkait dengan partai peserta pemilu, konten atau perangkat situs yang mempunyai kegunaan tertentu, kemudahan situs dalam diakses, dan data Caleg (data calon legislatif yang diajukan oleh masing-masing partai baik untuk DPR RI maupun DPRD Propinsi dan Kabupaten/Kota). Masing-masing kandungan informasi tersebut akan menjadi unit analisis yang digunakan dalam analisis isi web peserta kampanye dalam pemilu 2009 ditinjau dari kelengkapan informasi.

2.4 Kampanye.

Kampanye politik adalah penciptaan, penciptaan ulang dan pengalihan lambang signifikan secara sinambung melalui komunikasi. Kampanye menggabungkan partisipasi aktif yang melakukan kampanye dan pemberi suara (Nimmo. 2001:172). Media yang digunakan oleh para pelaku kampanye, promotor dan jurnalis yang memainkan simbol turut menciptakan dan memodifikasi lambang-lambang yang signifikan.

Fungsi kampanye tidak lain adalah bertujuan untuk memberikan simbol yang menaikkan atau meningkatkan jumlah pemilih dalam pemilu yang akan dilaksanakan setelah kampanye berlangsung. Secara singkat maka citra partai akan memiliki pengaruh langsung yang semakin berkurang terhadap pemberian suara dan pengaruh langsung yang semakin menurun dalam pembentukan citra pemberi suatu tentang rangsangan kampanye.

2.7 Penelitian yang sejenis.

**A. Penerapan E-parlemen sebagai perwujudan transparansi DPRD DIY
(studi analisis Isi Pesan Menu Utama “keluhan /aduan/ info” dalam situs
Web www.dprd-diy.go.id)
(Kuncoro Eko Wibowo. 2006. NIM: 153020232 - UPN’V’YK)**

Dalam penelitian ini, transparansi menjadi salah satu indikator *Good Governance* yang terlihat dari isi pesan menu utama “keluhan/Aduan/Info” pada situ web www.dprd-diy.go.id., dalam artian transparansi yang diambil dalam penelitian ini adalah bagaimana transparansi DPRD-DIY dilihat dari isi pesan menu utaman “keluhan/Aduan/Info” pada situ web www.dprd-diy.go.id. Sedangkan tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana transparansi DPRD-DIY dilihat dari isi pesan menu utama “keluhan/Aduan/Info” dalam web www.dprd-diy.go.id.

Metode penelitaian yang digunakan adalah studi analisis isi dengan obyek penelitian situs www.dprd-diy.go.id. Sumber data prieme diperoleh dari situs web www.dprd-diy.go.id. Data sekunder berasal dari pihak luar obyek penelitian dan dari studi pustaka, seperti buku-buku ilmiah artikel artikel, pengetahuan umum dan literatur-literatur, maupun jurnal-jurnal yang menужang penelitian. Selain itu peneliti juga melakukan wawancara atau konfirmasi dengan pengelola web untuk memperkuat dan menambah data. Pembagian unit analisis dibedakan menajadi; isi keluhan, isi keluhan dibidang pemerintahan, isi keluhan dibidang pembangunan, isi keluhan dibidang kesejahteraan rakyat, isi keluhan dibidang keuangan, isi keluhan dibidang perekonomian, isi pertanyaan, isi saran, usul dan unit kerja terresponsif.

Hasil penelitian menunjukan, dari tampilan situs web www.dprd-diy.go.id. DPRD-DIY telah menerapkan E-parlement sebagai perwujudan transparansi, yaitu dengan adanya web www.dprd-diy.go.id. Namun dalam prakteknya, tujuan utama tersebut kurang tercapai karena minimnya pemanfaatan website dilingkungan DPRD-DIY sendiri. Point penting dari pengadaaan *website* www.dprd-diy.go.id adalah sambutan positif masyarakat dengan meningkatnya partisipasi publik dalam penyampaian aspirasi.

B.Profile E-government diIndonesia
(analisi isi release dalam situs E-government provinsi-provinsi di Indonesia)
(Setly Peshia Pinasti. 2009. NIM: 153050271. UPN ‘V’ YK)

Pengembangan Teknologi global dalam pemerintahan yang dikenal dengan *E-Government* yang telah merambah kedalam pemerintahan. Saat ini, berdasarkan Inpres No 3 tahun 2003, Indonesia telah mempergunakan *E-government* di setiap elemen pemerintahan. Keberadaan *release* dalam situs *E-government* berkembang menjadi kekuatan dalam pencitraan suatu provinsi. Sebagai salah satu alat konvensional *public relations* melalui *E-Government* mampu menembus hambatan komunikasi yang berkaitan dengan masalah pencitraan. Berdasarkan hal tersebut peneliti berusaha meneliti isi release dalam *situs E-Government* Provinsi-provinsi di Indonesia.

Metode yang digunakan adalah analisis isi dalam penelitian ini. Jumlah provinsi yang dianalisis sejumlah 28 provinsi. Didalam penelitian ini ditemukan bahwa situs *E-Government* diIndonesia masih berada di tahap awal, yaitu tahap informasi, hal ini dilihat dari isi release di masing-masing provinsi. Masing

masing release memiliki kecenderungan pesan yang disiarkan merupakan siaran yang bertujuan menaikkan citra. Dimana dalam release tersebut berisi kegiatan, aktivitas dan pernyataan dari jajaran pemerintahan.

Release dalam situs *E-Government* pemerintah provinsi dapat dikatakan baik. Terbukti dalam tata cara penulisan yang sesuai dengan tata cara penulisan release. Akan tetapi, pemerintah provinsi harus memaksimalkan sumber daya yang dimilikinya, baik sumber daya infrastruktur teknologi komunikasi dan informasi, sumber daya manusia dan sebagainya.

Dari kedua penulisan sejenis diatas, dimana penulisan ini sama-sama terkait pada sebuah pola komunikasi melalui sebuah situs sebagai penerapan pencitraan yang positif pada suatu instansi atau lembaga, dan sama-sama menggunakan metode analisis isi dalam penelitiannya. Sementara perbedaan penulisan dapat dilihat dari segi konten penelitiannya berdasarkan unit analisis yang telah dikategorisasikan berdasarkan permasalahan yang dilihat oleh masing-masing penulis. Pada jenis penelitian pertama melihat “bagaimana transparansi DPRD-DIY dilihat dari isi pesan menu utama “keluhan/Aduan/Info” pada situs web www.dprd-diy.go.id.” sementara penelitian kedua, melihat Keberadaan *release* dalam situs *E-government* Sebagai salah satu alat konvensional *public relations melalui E-Government*” dan penelitian penulis melihat bagaimana kelengkapan penyajian dan isi di situs partai politik sebagai peserta pemilu 2009 terhadap pencitraan suatu partai politik itu sendiri.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan bentuk atau metode kuantitatif dengan mencatat nilai-nilai bilangan atau frekuensi untuk melukiskan berbagai jenis isi yang didefinisikan. Penelitian bersifat kuantitatif yaitu si peneliti mengelompokkan karakteristik-karakteristik wacana ke dalam kategori, menentukan frekuensi masuknya karakteristik-karakteristik yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti ke dalam kategori dan melakukan uji statistik untuk menentukan besarnya perbedaan atau hubungan antara data frekuensi (Bulaeng, 2004)

Penelitian ini menggunakan metode *Content Analysis* , karena yang dijadikan permasalahan dalam penelitian ini adalah mengenai isi pesan yang tampak, sasaran/tujuan, dan teks atau bahasa yang digunakan, serta banyaknya pelanggaran berdasarkan kategori yang sudah ditetapkan. Metode analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi–inferensi (kesimpulan) yang dapat ditiru (*replicable*) (Krippendorff, 1993:20). Analisis isi adalah metode yang bersifat non reaktif yang tidak melibatkan reaksi subjek karena metode analisis isi digunakan untuk meneliti objek tidak hidup (mati) seperti dokumen-dokumen, buku-buku, dan film. Pada umumnya digunakan untuk meneliti surat kabar, majalah atau buku.

Metode analisis isi pada dasarnya merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi pesan (Budd dalam Burhan Bungin. 2003)

3.2. Populasi dan Sampel.

3.2.1 Populasi:

Adapun yang menjadi objek penelitian adalah transparansi partai ditinjau dari kelengkapan informasi di situs peserta pemilu 2009. Situs yang dijadikan populasi adalah 38 situs partai pemilu 2009 yang lolos seleksi, dari keseluruhan peserta pemilu 2009 yang berjumlah 44 partai.

3.2.2 Sampel.

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *purposive sampling*. Dari populasi yang berjumlah 38 partai yang lolos seleksi dalam pemilu 2009, diambil sampel sebanyak 19 partai.

3.3. Jenis Data.

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah :

- a. Data Primer : data yang diperoleh peneliti langsung dari sumbernya pada saat penelitian. Data-data tersebut adalah hasil penelitian analisis kelengkapan informasi di situs peserta pemilu 2009 di situs peserta resmi partai.

- b. Data sekunder : data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung misalnya buku-buku perpustakaan atau dokumen yang mendukung data primer dalam penelitian ini.

3.4. Teknik Pengumpulan Data.

Teknik diartikan sebagai alat kerja yang merupakan kelengkapan cara memperoleh data atau informasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Studi Pustaka.
- 2) Teknik Analisis Isi.

3.5. Unit Analisis Dan Kategorisasi.

Persiapan variabel atau unit analisis dan kategorisasi yang akan dibandingkan terkait kelengkapan informasi dan bagaimana informasi tersebut ditampilkan. Langkah selanjutnya adalah mencari situs resmi partai. Pencarian dilakukan dengan beberapa mesin pencari dan melakukan riset pendahuluan pemantauan media untuk mencari data pendukung dan memperoleh data situs peserta resmi partai.

Tabel 1.1 Tabel Unit Analisis Dan Kategorisasi

| | |
|--|---|
| Kemudahan pengaksesan | Navigasi di setiap halaman Peta situs Navigasi dan Peta situs |
| Informasi Utama | Visi Misi Program Kerja Email |
| Informasi dasar | Nomor urut Nama Logo Kontak Alamat |
| Alamat Kantor Pusat dan Daerah Alamat Kontak Pusat Alamat Kontak Daerah Tingkat I Alamat Kontak Daerah Tingkat II | 1. Ada 2. Tidak ada 1. Ada 2. Tidak ada 1. Ada 2. Tidak ada |
| Fitur | Berita Feedback Buku Tamu Pencarian Download Berita, Feedback,dan Buku tamu Berita, Feedback,dan Buku tamu dan Download Berita, Feedback,dan Buku tamu, Pencaria dan Download Berita dan buku tamu Berita, buku tamu, dan Download |
| Data Caleg | Nama lengkap sesuai ijazah Foto terbaru Gender Tempat Tinggal Latar belakang pendidikan Latar belakang pekerjaan Pengalaman organisasi serta aktivitas sosial lainnya yang relevan |

3.6. Definisi Operasional.

Definisi Operasional dalam penelitian ini adalah :

- a. Kemudahan pengaksesan : kemudahan situs dalam diakses. mengarah pada tingkat keyakinan individu bahwa pemakaian suatu sistem pada situs tidak banyak memerlukan usaha. bisa didefinisi operasionalkan bahwa *user* merasakan kemudahan dalam mengakses situs. Selanjutnya variabel kemudahan akses situs diukur dengan item indikator yang dapat dilihat dan tertera pada tabel diatas. (Tabel 1.1).
- b. Informasi Utama: informasi yg memperlihatkan secara khusus atau spesifik tentang suatu lembaga dilihat dari kategori-kategori yang terdapat di dalamnya.
- c. Informasi dasar: Informasi yang bersifat umum diperuntukkan kepada khalayak umum (bersifat universal). dan selalu diperbaharui (*up-grade*) dalam setiap periode (periodisitas).
- d. Fitur : fitur adalah konten yang ditampilkan pada situs halaman baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*). seperti yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara dan video. konten atau perangkat tersebut mempunyai kegunaan-kegunaan tertentu.
- e. Data Caleg : data calon legislatif yang diajukan oleh masing-masing partai baik untuk DPR RI maupun DPRD Propinsi dan Kabupaten/Kota.

3.7. Teknik Pengumpulan Data.

Dalam pelaksanaan penghitungan pemeringkatan kelengkapan informasi situs partai politik, setiap variabel diberi bobot 1 (satu). Nilai total jika dalam suatu situs memenuhi semua variabel di atas adalah 44 (empatpuluh empat).

Hasil penelitian yang dilakukan selama dua hari penelitian. Situs internet mempunyai karakteristik yang sangat mudah kapanpun, untuk itu perlu strategi khusus untuk penelitiannya dibandingkan analisi konten media cetak. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan selang waktu yang seminimal mungkin antara pencarian situs peserta kampanye satu dengan yang lainnya. Maka koding dilakukan hanya pada dua hari yang sama untuk semua situs peserta.

Partai peserta pemilu yang situsnya diteliti sebanyak 38 partai yang tertera secara lengkap pada tabel 1.2.

Tabel 1.2 Tabel Partai Peserta Pemilu 2009
(berdasarkan nama dan no-urut partai yang lolos seleksi)

| No Urut | Nama Partai Peserta Pemilu 2009 |
|----------------|--|
| 1. | Partai Hanura |
| 2. | Partai Karya Peduli Bangsa |
| 3. | Partai Pengusaha dan Pekerja Indonesia |
| 4. | Partai Peduli Rakyat Nasional |
| 5. | Partai Peduli Rakyat Nasional |
| 6. | Partai Barisan Nasional |
| 7. | Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia |
| 8. | Partai Keadilan Sejahtera |
| 9. | Partai Amanat Nasional |
| 10. | Partai Perjuangan Indonesia Baru |
| 11. | Partai Kedaulatan |
| 12. | Partai Persatuan Daerah |
| 13. | Partai Kebangkitan Bangsa |
| 14. | Partai Pemuda Indonesia |
| 15. | Partai Nasional Indonesia Marhaenisme |
| 16. | Partai Demokrasi Pembaharuan |
| 17. | Partai Karya Perjuangan |
| 18. | Partai Matahari Bangsa |
| 19. | Partai Penegak Demokrasi Indonesia |
| 20. | Partai Demokrasi Kebangsaan |
| 21. | Partai Republika Nusantara |
| 22. | Partai Pelopor |
| 23. | Partai Golkar |
| 24. | Partai Persatuan Pembangunan |
| 25. | Partai Damai Sejahtera |
| 26. | Partai Nasional Benteng Kerakyatan Indonesia |
| 27. | Partai Bulan Bintang |
| 28. | Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan |
| 29. | Partai Bintang Reformasi |
| 30. | Partai Patriot |
| 31. | Partai Demokrat |
| 32. | Partai Kasih Demokrasi Indonesia |
| 33. | Partai Indonesia Sejahtera |
| 34. | Partai Kebangkitan Nasional Ulama |
| 41. | Partai Merdeka |
| 42. | Partai Persatuan Nahdatul Ummah Indonesia |
| 43. | Partai Sarikat Indonesia |
| 44. | Partai Buruh |

3.8. Reliabilitas.

Untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur (kategorisasi) yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya atau diandalkan bila dipakai lebih dari satu kali untuk mengukur gejala yang sama, maka digunakan uji realibilitas. Perhitungan reliabel tidaknya kategorisasi akan diuji dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh R. Holsty (Wimmer & Dominick, 2000:128) yaitu:

$$C.R = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

C.R. = Coefficient Reliability

M = Jumlah pernyataan yang disetujui oleh dua pengkode (peneliti dan hakim)

N1, N2 = Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh pengkode dan peneliti

Uji ini dilakukan dengan cara melakukan dokumentasi terlebih dahulu pada saat pengumpulan data dan kemudian memasukkannya ke dalam lembar koding sesuai dengan kategorisasi yang telah ditentukan. Kemudian seorang hakim yang telah dipilih akan melakukan uji realibilitas terhadap kategorisasi tersebut dengan cara yang sama seperti halnya peneliti. Kemudian dari kedua hasil uji tersebut akan diketahui berapa yang disetujui bersama oleh peneliti dan hakim. Meski belum ada standar reliabilitas yang mutlak, menurut *Wimmer* dan *Dominick*, ambang penerimaan yang sering digunakan adalah 0,75. Jika kesesuaian antar penyusun kode tidak mencapai ambang tersebut

makakategorisasi operasional mungkin perlu dibuat lebih spesifik lagi. Pengolahan dan analisis data ini dilakukan dengan tetap mengacu pada teori – teori yang berhubungan dengan masalah dan kemudian akan ditarik kesimpulan dan disertai dengan saran – saran yang dianggap perlu.

3.9. Analisis Data.

Penelitian ini menggunakan analisis isi sederhana dengan paradigma kuantitatif melalui studi komparasi. Data yang diperoleh melalui pemahaman secara tekstual dimasukkan dalam lembar *coding sheet* yang memuat kategori yang ditetapkan. *Coding* merupakan proses transformasi data mentah ke dalam unit-unit yang memungkinkan membuat deskripsi karakteristik isi yang relevan. Data yang ada dalam *coding sheet* dianalisa untuk menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Website Partai.

Kampanye pemilu tahun 2009 merupakan bagian dari periode yang diberikan oleh panitia pemilu kepada semua kontestan, baik partai politik atau perorangan, untuk memaparkan program-program kerja dan mempengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat agar memberikan suara kepada mereka sewaktu pencoblosan. Kampanye dalam kaitan ini dilihat sebagai suatu aktivitas pengumpulan massa, dan pengiklanan partai. Periode waktu sudah ditetapkan oleh panitia. Masing-masing peserta diwajibkan mengikuti aturan-aturan resmi selama periode kampanye ini. Apabila tidak mengikuti aturan ditetapkan dianggap sebagai suatu pelanggaran dan akan mendapat *penalty*. Kampanye jenis ini diakhiri dengan pemungutan suara untuk menentukan siapa yang akan mendapat dukungan terbanyak untuk disahkan sebagai pemenang pemilu.

Hal ini berbeda halnya dengan penggunaan alat kampanye politik melalui situs. Penggunaan alat kampanye melalui situs tersebut tidak memiliki jangka waktu yang terbatas serta jangkauan khalayak yang lebih luas. Pengelolaan situs juga tidak memerlukan dana besar seperti halnya penggunaan alat kampanye lainnya. Selain itu trend masyarakat yang mulai melek teknologi menjadi tambahan pertimbangan bagi pengelola partai. Pertimbangan tersebut yang menjadikan banyak partai politik khususnya pada kampanye pemilu tahun 2009 mulai memilih alat menggunakan situs internet.

Situs sebagai alat kampanye politik kampanye politik terkait erat dengan pembentukan image politik. Dalam kampanye politik terdapat dua hubungan yang akan dibangun, yaitu *internal* dan *eksternal*. Hubungan internal adalah suatu proses antara anggota-anggota partai dengan pendukung untuk memperkuat ikatan ideologis dan identitas mereka. Sementara hubungan eksternal dilakukan untuk mengkomunikasikan image yang akan dibangun kepada pihak luar partai, termasuk media massa dan masyarakat secara luas. Karena image politik perlu didukung oleh konsistensi aktivitas politik jangka panjang, kampanye politik perlu didukung oleh konsistensi aktivitas secara permanen dan tidak terbatas pada waktu menjelang pemilu saja. Image politik yang akan dibangun harus memiliki karakteristik sendiri dibandingkan dengan para pesaing (*Lock dan Harris, 1996*).

Hal inilah yang kemudian membuat peneliti merasa tertarik untuk mengangkat menjadi tema penelitian. Gambaran situs partai tersebut menjadi upaya yang baik dalam mengkaji mengenai fungsi situs sebagai alat kampanye yaitu membentuk image politik sekaligus menjadi alat penghubung secara internal dan eksternal. Kedua fungsi tersebut menjadi bagian dari upaya untuk menunjukkan apakah situs partai yang dikaji tersebut mencoba menunjukkan transparansi. Oleh karenanya dalam gambaran situs partai serta hasil penelitian berikut menjadi upaya peneliti untuk melihat transparansi melalui pembentukan image politik sekaligus menjadi alat penghubung secara *internal* dan *eksternal*. Berikut merupakan gambaran umum *website* partai:

1. Partai Hati Nurani rakyat melalui situs <http://www.hanura.com>.

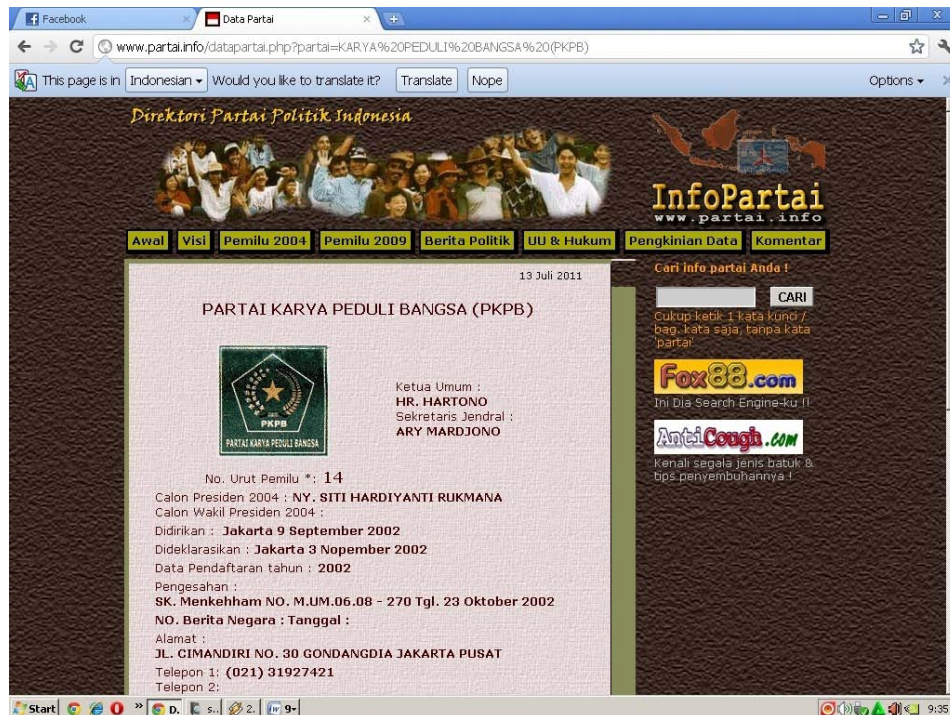


Gambar 4.1 Halaman Muka Situs Partai Hati Nurani Rakyat

Berdasarkan halaman muka yang terdapat pada situs <http://www.hanura.com> diketahui memuat fitur yang ditambihkan yaitu beranda, tentang Partai Hanura (sebagai fitur penyedia informasi utama dan dasar. Gambar informasi utama yaitu visi misi, program kerja serta *email* dan informasi dasar yaitu mengenai nomor urut, nama, logo, kontak serta alamat), susunan pengurus, alamat DPD dan DPC, galeri dokumentasi kegiatan Hanura serta media kontak baik *eksternal* maupun *internal*.

Upaya situs ini digunakan sebagai penyampai informasi dapat dilihat dari halaman muka yang juga memuat mengenai berita-berita yang terkait dengan Hanura. Tidak hanya melalui dokumen kegiatan namun juga melalui klarifikasi berbagai berita yang langsung disampaikan mengenai Hanura.

2. Partai Karya Peduli Bangsa (PKPB) melalui <http://www.pkpb.net>.



Gambar 4.2 Halaman Muka Situs Partai Karya Peduli Bangsa

Pada halaman muka situs <http://www.pkpb.net> memuat mengenai fitur yaitu visi, berita politik, beranda, tentang Partai Karya Peduli Bangsa. (sebagai fitur penyedia informasi utama dan dasar. Gambar informasi utama yaitu visi misi, program kerja serta *email* dan informasi dasar yaitu mengenai nomor urut, nama, logo). Untuk fitur susunan pengurus, alamat DPD dan DPC, galeri dokumentasi kegiatan Partai Karya Peduli Bangsa. serta media kontak baik eksternal maupun internal serta mengenai berita-berita yang terkait dengan Partai Karya Peduli Bangsa baik berupa dokumen klarifikasi berbagai berita yang langsung disampaikan mengenai Partai Karya Peduli Bangsa tidak ada.

3. Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) melalui

<http://www.partaigerindra.or.id>

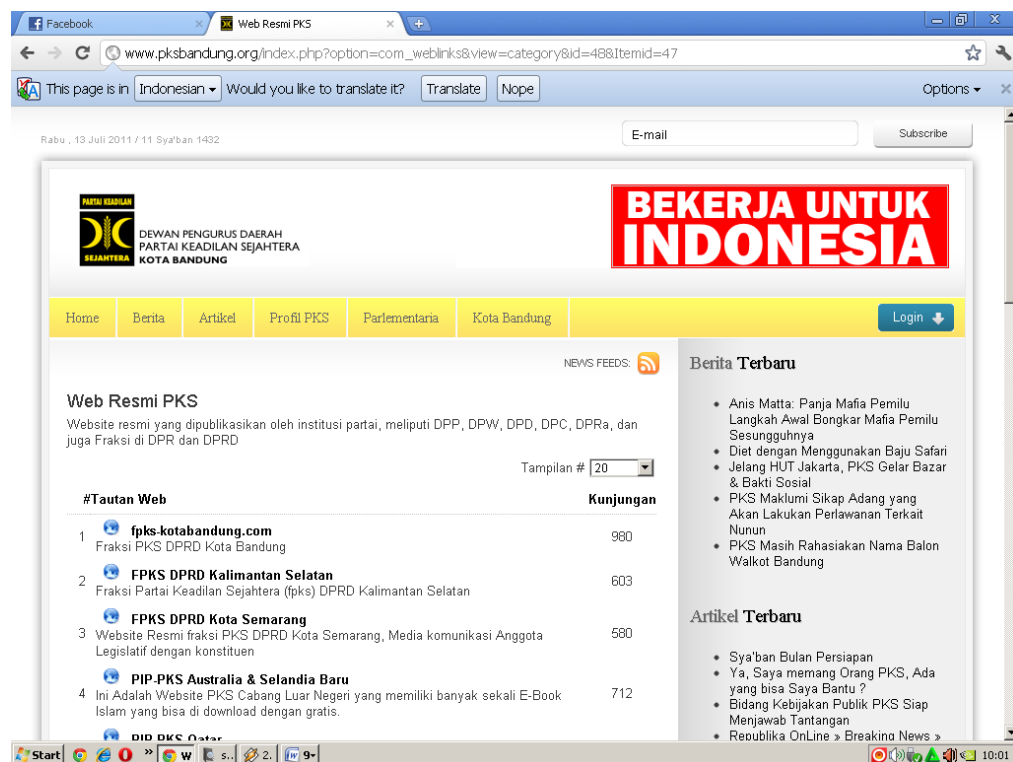


Gambar 4.3 Halaman Muka Situs Partai Gerindra

Pada halaman muka situs <http://www.partaigerindra.or.id> memuat mengenai fitur berupa profil partai, tentang Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) (sebagai fitur penyedia informasi utama dan dasar. Gambar informasi utama yaitu visi misi, program kerja serta email dan informasi dasar yaitu mengenai nomor urut, nama, logo, kontak serta alamat), susunan pengurus, alamat DPD dan DPC, galeri dokumentasi kegiatan Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) serta media kontak baik *eksternal* maupun *internal*.

Selain itu halaman muka situs Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) memuat fitur mengenai berita Partai serta Berita Nasional yang terkait dengan kondisi Indonesia, dokumentasi kegiatan, serta juga memuat mengenai berita-berita yang terkait dengan Gerakan Indonesia Raya (Gerindra). Tidak hanya melalui dokumen kegiatan namun juga melalui klarifikasi berbagai berita yang langsung disampaikan mengenai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra).

4. Partai Keadilan Sejahtera (PKS) melalui <http://www.pk-sejahtera.org/v2/index.php>.



Gambar 4.4 Halaman Muka Situs Partai Keadilan Sejahtera.

Pada halaman muka situs Partai Keadilan Sejahtera memuat mengenai Profil PKS yang memuat mengenai informasi utama serta informasi dasar sebagai fitur penyedia informasi utama dan dasar. Gambar informasi utama yaitu visi misi,

program kerja serta *email* dan informasi dasar yaitu mengenai nomor urut, nama, logo. Untuk fitur susunan pengurus, alamat DPD dan DPC, galeri dokumentasi kegiatan Partai Keadilan Sejahtera. serta media kontak baik eksternal maupun internal serta mengenai berita-berita yang terkait dengan Partai Keadilan Sejahtera baik berupa dokumen klarifikasi berbagai berita yang langsung disampaikan mengenai Partai Keadilan Sejahtera tidak ada.

5. Partai Amanat Nasional (PAN) melalui <http://www.pan.or.id/index.html>.



Gambar 4.5 Halaman Muka Situs Partai Amanat Nasional (PAN).

Pada halaman muka situs <http://www.pan.or.id/index.html>. memuat mengenai fitur berupa profil partai, tentang Partai Amanat Nasional (PAN) (sebagai fitur penyedia informasi utama dan dasar. Gambar informasi utama yaitu visi misi, program kerja serta email dan informasi dasar yaitu mengenai nama,

logo, kontak serta alamat), Sejarah PAN, Platform PAN, Susunan Pengurus, Mars Hymne PAN, galeri dokumentasi kegiatan Partai Amanat Nasional (PAN).

Selain itu halaman muka situs Partai Amanat Nasional (PAN). memuat fitur mengenai berita Partai serta Berita Nasional yang terkait dengan kondisi Indonesia, dokumentasi kegiatan, serta juga memuat mengenai berita-berita yang terkait dengan Partai Amanat Nasional (PAN).. Tidak hanya melalui dokumen kegiatan namun juga melalui klarifikasi berbagai berita yang langsung disampaikan mengenai Partai Amanat Nasional (PAN) dalam News Flash.

6. Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) melalui <http://www.fpkb-dpr.or.id>.



Gambar 4.6 Halaman Muka Situs Partai Kebangkitan Bangsa (PKB).

Pada halaman muka situs <http://www.fpkb-dpr.or.id> memuat mengenai fitur berupa profil partai, tentang Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) (sebagai fitur penyedia informasi utama dan dasar. Gambar informasi utama yaitu visi misi,

program kerja serta email dan informasi dasar yaitu mengenai nomor urut, nama, logo, kontak serta alamat), susunan pengurus, alamat DPD dan DPC, galeri dokumentasi kegiatan.

Selain itu halaman muka situs Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) memuat fitur mengenai berita Partai serta Berita Nasional yang terkait dengan kondisi Indonesia, dokumentasi kegiatan, serta juga memuat mengenai berita-berita yang terkait dengan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Tidak hanya melalui dokumen kegiatan namun juga melalui klarifikasi berbagai berita yang langsung disampaikan mengenai Partai Kebangkitan Bangsa (PKB).

7. Partai Nasional Indonesia (PNI) Marhaenisme melalui <http://dpp-pni.tripod.com>.



Gambar 4.7 Halaman Muka Situs Partai Nasional Indonesia (PNI) Marhaenisme.

Pada halaman muka situs <http://dpp-pni.tripod.com> memuat mengenai fitur berupa profil partai, tentang Partai Nasional Indonesia (PNI) Marhaenisme

(sebagai fitur penyedia informasi utama dan dasar. Gambar informasi utama yaitu visi misi, program kerja serta email dan informasi dasar yaitu mengenai nomor urut, nama, logo, kontak serta alamat), susunan pengurus, alamat DPD dan DPC, sedangkan galeri dokumentasi kegiatan tidak ada.

8. Partai Persatuan Pembangunan (PPP) melalui <http://www.ppp.or.id>.



Gambar 4.8 Halaman Muka Situs Partai Golongan Karya (Golkar).

Pada halaman muka situs <http://www.ppp.or.id> memuat mengenai fitur berupa profil partai, tentang Partai Persatuan Pembangunan (PPP) (sebagai fitur penyedia informasi utama dan dasar. Gambar informasi utama yaitu visi misi, program kerja serta *email* dan informasi dasar yaitu mengenai nomor urut, nama, logo, kontak serta alamat), susunan pengurus, alamat DPD dan DPC, galeri dokumentasi kegiatan. Serta media kontak baik eksternal maupun internal.

Selain itu halaman muka situs Partai Persatuan Pembangunan (PPP) memuat fitur mengenai berita Partai serta Berita Nasional yang terkait dengan kondisi Indonesia, dokumentasi kegiatan, serta juga memuat mengenai berita-berita yang terkait dengan Partai Persatuan Pembangunan (PPP). Tidak hanya melalui dokumen kegiatan namun juga melalui klarifikasi berbagai berita yang langsung disampaikan mengenai Partai Persatuan Pembangunan (PPP).

9. Partai Demokrat (PD) melalui <http://www.demokrat.or.id>



Gambar 4.9 Halaman Muka Situs Partai Demokrat (PD).

Pada halaman muka situs <http://www.demokrat.or.id> memuat mengenai fitur berupa profil partai, tentang Partai Demokrat (PD) (sebagai fitur penyedia informasi utama dan dasar. Gambar informasi utama yaitu visi misi, program kerja serta *email* dan informasi dasar yaitu mengenai nomor urut, nama, logo,

kontak serta alamat), susunan pengurus, alamat DPD dan DPC, galeri dokumentasi kegiatan. Serta media kontak baik *eksternal* maupun *internal*.

Selain itu halaman muka situs Partai Demokrat (PD) memuat fitur mengenai berita Partai serta Berita Nasional yang terkait dengan kondisi Indonesia, dokumentasi kegiatan, serta juga memuat mengenai berita-berita yang terkait dengan Partai Demokrat (PD). Tidak hanya melalui dokumen kegiatan namun juga melalui klarifikasi berbagai berita yang langsung disampaikan mengenai Partai Demokrat (PD).

10. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) melalui <http://pdiperjuangan.or.id/>.



Gambar 4.10 Halaman Muka Situs Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP).

Pada halaman muka situs <http://pdiperjuangan.or.id/> memuat mengenai fitur berupa profil partai, tentang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) (sebagai fitur penyedia informasi utama dan dasar. Gambar informasi utama yaitu visi misi, program kerja serta *email* dan informasi dasar yaitu mengenai nomor urut, nama, logo, kontak serta alamat), susunan pengurus, alamat DPD dan DPC, galeri dokumentasi kegiatan. Serta media kontak baik eksternal maupun internal.

Selain itu halaman muka situs Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) memuat fitur mengenai berita Partai serta Berita Nasional yang terkait dengan kondisi Indonesia, dokumentasi kegiatan, serta juga memuat mengenai berita-berita yang terkait dengan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Tidak hanya melalui dokumen kegiatan namun juga melalui klarifikasi berbagai berita yang langsung disampaikan mengenai Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP).

4.2. Hasil Penelitian.

Penelitian ini dilakukan terhadap transparansi partai ditinjau dari kelengkapan informasi di situs peserta pemilu 2009. Total Partai Politik yang ada adalah sebanyak 44 Partai politik, namun yang memiliki *website* serta *websitenya* bisa diakses hanya 19 Situs Partai Politik yaitu:

1. Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura):
<http://www.hanura.com>
2. Partai Karya Peduli Bangsa* (PKPB):
<http://www.pkpb.net>

3. Partai Pengusaha dan Pekerja Indonesia (PPPI):

<http://www.partai-ppi.com>

4. Partai Peduli Rakyat Nasional (PPRN):

<http://pprn.wordpress.com>

5. Partai Gerakan Indonesia Raya Gerindra):

<http://www.partaigerindra.or.id>

6. Partai Keadilan Sejahtera* (PKS):

<http://www.pk-sejahtera.org/v2/index.php>

7. Partai Amanat Nasional* (PAN):

<http://www.amanatnasional.net/>

8. Partai Perjuangan Indonesia Baru (PIB):

<http://www.partai-pib.or.id>

9. Partai Kebangkitan Bangsa* (PKB)

<http://www.fpkb-dpr.or.id>

10. Partai Nasional Indonesia (PNI) Marhaenisme*

<http://dpp-pni.tripod.com>

11. Partai Demokrasi Pembaruan (PDP)

<http://www.pdp.or.id>

12. Partai Karya Perjuangan (PKP)

<http://www.partaikaryaperjuangan.org>

13. Partai Demokrasi Kebangsaan* (PDK)

<http://www.pdk.id>

14. Partai Golongan Karya* (Golkar)

<http://www.golkar.or.id>

15. Partai Persatuan Pembangunan* (PPP)

<http://www.ppp.or.id>

16. Partai Damai Sejahtera* (PDS)

<http://www.partaidamaisejahtera.com>

17. Partai Demokrat* (PD)

<http://www.demokrat.or.id>

18. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP)

<http://www.pdi-perjuangan.or.id>

19. PARTAI LOKAL ACEH

<http://www.acehutara.go.id>

19 Partai beserta Link website diatas adalah sampel dalam penelitian ini, yang akan dimasukkan pada tabel-tabel dibawah berdasarkan unit analisisnya yang telah dikategorisasikan.

Hasil uji reliabilitas kemudian direkap sebagai berikut:

Tabel 4.1. Hasil Rekap Koding Kelengkapan situs partai politik

| No | Unit Analisis | Kategorisasi | N1 |
|----|--|--|---|
| 1 | Kemudahan pengaksesan | 1. Navigasi di setiap halaman 2. Peta situs 3. Navigasi dan Peta situs 4. Tidak memiliki peta dan situs | 1 5 9 4 |
| 2 | Informasi Utama | 1. Visi Misi, Program Kerja dan Email 2. Tidak memiliki Visi Misi, Program kerja dan Email | 19 0 |
| 3 | Informasi dasar | 1. Nomor Urut, Nama, Logo, Kontak dan Alamat 2. Tidak memiliki Kontak | 3 16 |
| 4 | Alamat Kantor Pusat dan Daerah 1. Kontak Pusat 2. Kontak Daerah Tingkat I 3. Kontak Daerah Tingkat II | 1. Ada 2. Tidak 1. Ada 2. Tidak 1. Ada 2. Tidak | 16 3 10 9 5 14 |
| 5 | Fitur | 1. Berita 2. Feedback 3. Buku Tamu 4. Pencarian 5. Download 6. Memiliki Berita, Feedback dan Buku tamu 7. Memiliki Berita, Feedback, Buku tamu dan Download 8. Memiliki Berita, Feedback, Buku tamu, Pencarian dan Download 9. Memiliki Berita dan Buku tamu 10. Memiliki Berita, Buku tamu dan Downlod | 1 0 0 0 0 1 2 1 12 2 |
| 6 | Data Caleg | 1. Memiliki data caleg 2. Tidak memiliki data caleg | 1 18 |

Sumber :Data Primer diolah,2010

Hasil rekapitan koding serta uji reliabilitas Kelengkapan situs partai politik secara terperinci beserta uji reliabilitasnya disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Hasil Koding Kelengkapan Situs Partai Politik Antara N1 dan N2

| No | Unit Analisis | Kategorisasi | N1 | N2 | % |
|----|--------------------------------|--|---|---|---|
| 1 | Kemudahan pengaksesan | 1. Navigasi di setiap halaman 2. Peta situs 3. Navigasi dan Peta situs 4. Tidak memiliki peta dan situs | 1 5 9 4 | 2 5 9 3 | 5,26% 26,32% 47,37% 21,05% |
| 2 | Informasi Utama | 1. Visi Misi, Program Kerja dan Email 2. Tidak memiliki Visi Misi, Program kerja dan Email | 19 0 | 18 1 | 100,00% 0,00% |
| 3 | Informasi dasar | 1. Nomor Urut, Nama, Logo, Kontak dan Alamat 2. Tidak memiliki Kontak | 3 16 | 5 14 | 15,79% 84,21% |
| 4 | Alamat Kantor Pusat dan Daerah | | | | |
| | 1. Kontak Pusat | 1. Ada 2. Tidak | 16 3 | 16 3 | 84,21% 15,79% |
| | 2. Kontak Daerah Tingkat I | 1. Ada 2. Tidak | 10 9 | 10 9 | 52,63% 47,37% |
| | 3. Kontak Daerah Tingkat II | 1. Ada 2. Tidak | 5 14 | 5 14 | 26,32% 73,68% |
| 5 | Fitur | 1. Berita 2. Feedback 3. Buku Tamu 4. Pencarian 5. Download 6. Memiliki Berita, Feedback dan Buku tamu 7. Memiliki Berita, Feedback, Buku tamu dan Download 8. Memiliki Berita, Feedback, Buku tamu, Pencarian dan Download 9. Memiliki Berita dan Buku tamu 10. Memiliki Berita, Buku tamu dan Downlod | 1 0 0 0 0 1 2 1 12 2 | 1 0 0 0 0 2 2 1 10 3 | 5,26% 0,00% 0,00% 0,00% 0,00% 5,26% 10,53% 5,26% 63,16% 10,53% |
| 6 | Data Caleg | 1. Memiliki data caleg 2. Tidak memiliki data caleg | 1 18 | 1 18 | 5,26% 100,00% |

Sumber :Data Primer diolah,2010

Tabel 4.3 Hasil Koding Kelengkapan Situs Partai Politik Antara N1 dan N3

| No | Unit Analisis | Kategorisasi | N1 | N3 | % |
|----|--------------------------------|---|----|----|---------|
| 1 | Kemudahan pengaksesan | 1. Navigasi di setiap halaman | 1 | 2 | 5,26% |
| | | 2. Peta situs | 5 | 5 | 26,32% |
| | | 3. Navigasi dan Peta situs | 9 | 9 | 47,37% |
| | | 4. Tidak memiliki peta dan situs | 4 | 3 | 21,05% |
| 2 | Informasi Utama | 1. Visi Misi, Program Kerja dan Email | 19 | 18 | 100,00% |
| | | 2. Tidak memiliki Visi Misi, Program kerja dan Email | 0 | 1 | 0,00% |
| 3 | Informasi dasar | 1. Nomor Urut, Nama, Logo, Kontak dan Alamat | 3 | 5 | 15,79% |
| | | 2. Tidak memiliki Kontak | 16 | 14 | 84,21% |
| 4 | Alamat Kantor Pusat dan Daerah | | | | |
| | 1. Kontak Pusat | 1. Ada | 16 | 16 | 84,21% |
| | | 2. Tidak | 3 | 3 | 15,79% |
| | 2. Kontak Daerah Tingkat I | 1. Ada | 10 | 10 | 52,63% |
| | | 2. Tidak | 9 | 9 | 47,37% |
| | 3. Kontak Daerah Tingkat II | 1. Ada | 5 | 5 | 26,32% |
| 5 | Fitur | 2. Tidak | 14 | 14 | 73,68% |
| | | 1. Berita | 1 | 2 | 5,26% |
| | | 2. Feedback | 0 | 0 | 0,00% |
| | | 3. Buku Tamu | 0 | 0 | 0,00% |
| | | 4. Pencarian | 0 | 0 | 0,00% |
| | | 5. Download | 0 | 0 | 0,00% |
| | | 6. Memiliki Berita, Feedback dan Buku tamu | 1 | 2 | 5,26% |
| | | 7. Memiliki Berita, Feedback, Buku tamu dan Download | 2 | 2 | 10,53% |
| | | 8. Memiliki Berita, Feedback, Buku tamu, Pencarian dan Download | 1 | 1 | 5,26% |
| | | 9. Memiliki Berita dan Buku tamu | 12 | 10 | 63,16% |
| 6 | Data Caleg | 10. Memiliki Berita, Buku tamu dan Downlod | 2 | 2 | 10,53% |
| | | 1. Memiliki data caleg | 1 | 1 | 5,26% |
| | | 2. Tidak memiliki data caleg | 18 | 18 | 100,00% |

Sumber :Data Primer diolah,2010

1) Unit Kategorisasi Website Berdasarkan Kemudahan mengakses.

Tabel 4.4
Prosentase Hasil Koding pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu
2009 Berdasarkan Kemudahan Mengakses Dalam Navigasi di Setiap
Halaman

| No | Kategorisasi | f | % |
|----|-------------------------------|----|--------|
| 1 | Navigasi disetiap halaman | 1 | 5,26 |
| 2 | Peta situs | 5 | 26,32 |
| 3 | Navigasi dan Peta situs | 9 | 47,37 |
| 4 | Tidak memiliki peta dan situs | 4 | 21,05 |
| | Jumlah | 19 | 100,00 |

Sumber : Data Primer diolah, 2010

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa berdasarkan kemudahan mengakses *Website* Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 untuk kategorisasi kemudahan mengakses navigasi di setiap halaman terdapat pada 1 *website* resmi yang merespon, dan kemudahan mengakses adanya peta situs sebanyak 5 *website*. Sementara dalam kemudahan akses kedua kategori Navigasi dan Peta situs terdapat 9 *website*. Dan yang tidak memiliki kedua kategori Navigasi dan Peta situs ada 4 *website* resmi. Disini terlihat secara kelengkapan informasi situs partai dinilai dari ilmu sosial bawah setiap partai bisa dikatakan website/situs peserta partai pemilu 2009 masih kurang dalam kelengkapannya secara informasi berdasarkan kategorisasi unit analisis yang dapat dilihat secara pesentasenya pada tabel diatas (tabel 4.4).

2) Unit Kategorisasi Website Berdasarkan Informasi utama.

Tabel 4.5
Prosentase Hasil Koding Pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu
2009
Berdasarkan Informasi utama

| No | Kategorisasi | f | % |
|----|---|----|-----|
| 1 | Visi Misi, Program Kerja dan Email | 19 | 100 |
| 2 | Tidak memiliki Visi Misi, Program kerja dan Email | 0 | 0 |
| | Jumlah | 19 | 100 |

Sumber : Data Primer diolah, 2010

Berdasarkan hasil koding dapat diketahui bahwa *Website* Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009, secara keseluruhan 19 situs partai mencantumkan Visi Misi, Program Kerja, dan *Email* sebagai informasi utama *website* tersebut. secara keseluruhan berdasarkan kelengkapan informasi dari unit analisi pada kategorisasi ini bisa dikatakan bahwa *website*/situs sudah memenuhi aturan-aturan yang telah terkategoriisasikan penulis, dapat di lihat secara persentasenya pada kolom diatas (tabel 4.5).

3) Unit Kategorisasi Website Berdasarkan Informasi dasar.

Tabel 4.6
Prosentase Hasil Koding Pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu
2009 Berdasarkan Informasi dasar

| No | Kategorisasi | f | % |
|----|---|----|--------|
| 1 | Nomor Urut, Nama, Logo, Kontak dan Alamat | 3 | 15,79 |
| 2 | Tidak memiliki Kontak | 16 | 84,21 |
| | Jumlah | 19 | 100,00 |

Sumber : Data Primer diolah, 2010

Berdasarkan hasil koding dapat diketahui bahwa Informasi Dasar *Website* adalah Nomor urut, Nama, Logo, dan Alamat sebanyak 3 *Website*. sementara yang tidak memiliki kontak berdasarkan informasi dasar ada 16 *website*. Secara keseluruhan website-website ini tidak memenuhi aturan yang telah ditetapkan penulis dalam kategorisasi dari unit analisis berdasarkan kelengkapan informasi situs partainya dan dapat dilihat dari hasil persentase yang terdapat apada kolom diatas (tabel 4.6).

4) Unit Kategorisasi Website Berdasarkan Alamat Kantor Pusat dan Daerah.

Tabel 4.7
Prosentase Hasil Koding Pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 Berdasarkan Alamat Kantor Pusat

| No | Kategorisasi | f | % |
|---------------------|--------------|----|--------|
| Alamat Kontak Pusat | | | |
| 1 | Ada | 3 | 15,79 |
| 2 | Tidak Ada | 16 | 84,21 |
| | Jumlah | 19 | 100,00 |

Sumber : Data Primer diolah, 2010

Berdasarkan hasil koding dapat diketahui bahwa *Website* Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 yang memiliki Alamat kantor pusat ada pada 3 situs partai dan yang tidak memiliki kontak ada pada 16 situs partai. Begitu juga pada unit analisis ini berdasarkan persentasinya partai politik dianggap melakukan pelanggaran secara kelengkapan informasi pada situs atau *website* yang telah

dikategorisasikan oleh penulis. Dapat dilihat dari persentase yang tercipta pada kolom diatas (tabel 4.7).

Tabel 4.8
Prosentase Hasil Koding Pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 Berdasarkan Alamat Kantor Daerah Tingkat I

| No | Kategorisasi | f | % |
|----|--------------------------------|----|--------|
| | Alamat Kontak Daerah Tingkat I | | |
| 1 | Ada | 10 | 52,63 |
| 2 | Tidak Ada | 9 | 47,37 |
| | Jumlah | 19 | 100,00 |

Sumber : Data Primer diolah, 2010.

Berdasarkan hasil koding dapat diketahui bahwa *Website* Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 yang memiliki Alamat kantor daerah tingkat I ada pada 10 situs partai, dan yang tidak memiliki kontak ada pada 9 situs partai. Berdasarkan persentase yang tercipta bisa dikatakan setengah lebih yang telah memenuhi kelengkapan informasi pada situs partai politik peserta pemilu 2009, dapat dilihat pada kolom diatas (4.8).

Tabel 4.9
Prosentase Hasil Koding Pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 Berdasarkan Alamat Kantor Daerah Tingkat II

| No | Kategorisasi | f | % |
|----|---------------------------------|----|--------|
| | Alamat Kontak Daerah Tingkat II | | |
| 1 | Ada | 5 | 26,32 |
| 2 | Tidak Ada | 14 | 73,68 |
| | Jumlah | 19 | 100,00 |

Sumber : Data Primer diolah, 2010.

Berdasarkan hasil koding dapat diketahui bahwa *Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009* yang memiliki Alamat kantor daerah tingkat I ada pada 5 situs partai yang merespon, dan yang tidak memiliki kontak ada pada 9 situs partai. Pada kategorisasi ini secara persentase situs partai dianggap tidak memenuhi syarat yang telah ditetapkan penulis dalam unit kategorisasi secara kelengkapan informasi pada situs partai politik peserta pemilu 2009 secara persentase dapat dilihat pada kolom diatas (tabel 4.9).

5) Unit Kategorisasi Website Berdasarkan Alamat Kantor Pusat dan Daerah.

Tabel 4.10
Prosentase Hasil Koding Pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 Berdasarkan Fitur

| No | Kategorisasi | f | % |
|----|--|----|--------|
| 1 | Berita | 1 | 5,26 |
| 2 | Feedback | 0 | 0,00 |
| 3 | Buku Tamu | 0 | 0,00 |
| 4 | Pencarian | 0 | 0,00 |
| 5 | Download | 0 | 0,00 |
| 6 | Memiliki Berita, Feedback dan Buku tamu | 1 | 5,26 |
| 7 | Memiliki Berita, Feedback, Buku tamu dan Download | 2 | 10,53 |
| 8 | Memiliki Berita, Feedback, Buku tamu, Pencarian dan Download | 1 | 5,26 |
| 9 | Memiliki Berita dan Buku tamu | 12 | 63,16 |
| 10 | Memiliki Berita, Buku tamu dan Download | 2 | 10,53 |
| | Jumlah | 19 | 100,00 |

Sumber :Data Primer diolah, 2010.

Berdasarkan hasil koding dapat diketahui bahwa *Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009* yang memiliki fitur berita sebanyak 1 situs yang merespon, pada fitur *feedback* saja 0 situs atau dengan kata lain tidak ada yang

merespon, begitu juga pada fitur buku tamu saja 0 situs, pada fitur pencarian saja 0 situs, sama hal nya pada fitur *download* saja 0 situs.

Pada fitur kombinasi yang memiliki Berita,*Feedback*, dan Buku tamu ada 1 situs yang merespon atau secara persentasinya, pada fitur kombinasi yang memiliki Berita,*Feedback* dan *Download* ada 2 situs yang merespon, pada fitur kombinasi yang memiliki Berita, *Feedback*, Buku tamu, Pencarian dan *Download* 1 situs yang merespon, pada fitur kombinasi yang memiliki Berita dan Buku tamu terdapat 12 situs yang merespon, dan pada fitur kombinasi yang memiliki Berita, Buku tamu dan *Download* ada 2 situs yang merespon. Secara persentase yang diperoleh kelengkapan informasi pada *website* atau situs-situs partai politik peserta pemilu dianggap tidak memenuhi syarat bagi penulis. Hanya pada kategorisasi kombinasi “Memiliki Berita dan Buku tamu” setengah lebih memenuhi syarat yang di inginkan penulis dapat dilihat pesentase nya pada kolom tabel diatas (4.10).

6) Unit Kategorisasi Website Berdasarkan Data Caleg.

Tabel 4.11

Prosentase Hasil Koding Pada Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 Berdasarkan Data Caleg Nama lengkap sesuai ijazah

| no | Kategorisasi | f | % |
|----|---------------------------|----|--------|
| 1 | Memiliki data caleg | 1 | 5,26 |
| 2 | Tidak memiliki data Caleg | 18 | 94,74 |
| | Jumlah | 19 | 100,00 |

Sumber :Data Primer diolah, 2010

Berdasarkan hasil koding dapat diketahui bahwa *Website* yang menampilkan informasi nama caleg lengkap sesuai ijazah hanya 1 *website* atau sebanyak, dan 18 *Website* yang tidak merespon. Pada kategorisasi ini secara persentase dianggap tidak memenuhi kelengkapan informasi pada situs partai politik peserta pemilu 2009 dapat dilihat pada kolom diatas (tabel4.11).

4.2 Pembahasan.

Meski belum ada standar reliabilitas yang mutlak, menurut *Wimmer* dan *Dominick*, ambang penerimaan yang sering digunakan adalah 0,75. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui beberapa kategorisasi dalam unit analisis ada yang reliabel dan ada yang tidak. Kategorisasi yang tidak reliable tidak digunakan lebih lanjut dalam analisis data.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa berdasarkan kemudahan mengakses *Website* Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 untuk kategorisasi kemudahan mengakses navigasi di setiap halaman terdapat pada 1 *website* resmi (5,26%) dan kategorisasi kemudahan mengakses adanya peta situs sebanyak 5 *website* (26,32%), berdasarkan kombinasi kedua kategorisasi antara navigasi setiap halaman dan peta situs terdapat 9 *website* (43,74%), dan yang tidak mencakup dari kedua kombinasi kemudahan navigasi setiap halaman dan peta situs terdapat 4 (21,05%).

Berdasarkan data tersebut maka 1 dari 19 situs partai telah memenuhi kategorisasi kemudahan mengakses navigasi di setiap halaman dan 5 dari 19 partai telah memenuhi kategorisasi kemudahan mengakses adanya peta situs, Secara kombinasi antara kemudahan navigasi dan peta situs maka 9 dari 19 situs partai telah memenuhi kategori kombinasi tersebut.

Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 secara keseluruhan 19 *website* mencantumkan Visi Misi, Program Kerja, dan *Email* sebagai informasi utama *website* tersebut. Secara keseluruhan 19 *website* partai telah memenuhi kategorisasi.

Informasi Dasar *Website* adalah nomor urut partai, nama, logo, kontak dan alamat dibuat secara kombinasi dan memperoleh hasil sebanyak 3 *website* dari 19 *website* partai politik yang memenuhi kategorisasi, dan 16 dari 19 *website* partai yang tidak memiliki kontak secara kombinasi berdasarkan ketegorisasi. Dengan demikian seluruh situs partai telah mencantumkan Visi Misi, Program Kerja, dan *Email*; Informasi Dasar *Website* berupa nomor urut, logo serta alamat partai. Untuk situs partai yang menyediakan informasi dasar kontak hanya dipenuhi oleh 3 dari 19 situs partai.

Pada ketegorisasi alamat kontak situs, untuk kontak tingkat Pusat maka 16 dari 19 situs partai telah menyediakan informasi alamat kontak pusat, dan untuk kontak Daerah tingkat I maka pada kategori informasi kontak alamat telah dipenuhi oleh 10 dari 19 situs partai. Untuk kontak Daerah Tingkat II maka kategori informasi kontak alamat, telah dipenuhi oleh 5 dari 19 situs partai.

Website dengan fitur berita saja terdapat 1 *Website*. Memiliki fitur *feedback* saja tidak terdapat atau 0 *Website*. Memiliki fitur buku tamu saja 0 *Website*. memiliki fitur pencarian saja hanya 0 *website*, dan memiliki fitur *download* saja 0 *website*. Namun secara kombinasi fitur yang memiliki Berita,*Feedback* dan Buku tamu terdapat 1 *website*, sedangkan kombinasi fitur memiliki Berita,*Feedback*, Buku tamu dan *Download* terdapat 2 *website*, kombinasi fitur yang memiliki Berita,*Feedback*, Buku tamu, *Download* sebanyak 1 *website*, sementara kombinasi fitur yang memiliki Berita dan Buku tamu saja terdapat 12 *website*, dan kombinasi fitur yang memiliki Berita, Buku tamu dan *Download* terdapat 2 *website*.

Sedangkan *website* yang menampilkan informasi data caleg lengkap secara kategorisasi terdapat 1 *website* data caleg pada fitur kesesuaian ijazah dari 19 situs partai politik. Dan 18 *website* tidak memiliki data caleg berdasarkan kategorisasi.

Dengan demikian untuk kategori kemudahan mengakses situs partai politik sebagian besar telah dipenuhi telah memenuhi kategorisasi kemudahan mengakses di setiap navigasi halaman partai dan peta situs secara kombinasi kategorisasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola situs partai telah memperhatikan pengaksesan alamat situs serta kemudahan penggunaan/navigasi di setiap halaman. Kemudahan dalam mengakses situs serta navigasi yang ada di dalamnya menunjukkan bahwa pengelola situs partai telah memahami bahwa fungsi situs sebagai media massa. Fungsi tersebut diantaranya ditunjukkan pada kemampuan situs dalam memenuhi peran menyediakan saluran untuk

menghubungkan orang tertentu dengan orang lain: dari pengirim ke penerima, dari anggota khalayak ke anggota khalayak yang lain, dari seseorang ke masyarakat atau institusi masyarakat. Semua itu bukan sekedar saluran fisik jaringan komunikasi, melainkan juga merupakan saluran tata cara dan pengetahuan yang menentukan siapakah sebenarnya yang patut atau berkemungkinan untuk mendengar sesuatu dan kepada siapa ia harus mendengarnya (McQuail, 1987:40).

Untuk informasi utama serta informasi dasar maka seluruh situs partai telah mencantumkan Visi Misi, Program Kerja, dan *Email*; Informasi Dasar *Website* berupa nomor urut, logo serta alamat partai. Untuk situs partai yang menyediakan informasi dasar kontak hanya dipenuhi oleh 3 dari 19 situs partai. Dengan demikian pengelola partai telah memahami bahwa situs partai dapat menjadi penyampai informasi yang baik mengenai citra partai politik. citra partai politik adalah Visi Misi, Program Kerja, dan *Email* serta nomor urut, logo dan alamat partai. Hal ini berarti fungsi situs partai politik telah memenuhi dalam memproduksi dan mendistribusi ‘pengetahuan’ dalam wujud informasi, pandangan, dan budaya sebagai upaya untuk merespons kebutuhan sosial kolektif dan permintaan individu (McQuail, 1987 : 40). Dalam hal ini munculnya kebutuhan masyarakat Indonesia menjelang kampanye akan kebutuhan informasi akan bagaimana sesungguhnya partai politik yang diantaranya dapat dilihat dari Visi Misi, Program Kerja, dan *Email* serta nomor urut, logo dan alamat partai.

Hal sama berlaku untuk penyampaian informasi alamat baik untuk pengelola situs, kontak pada daerah tingkat I, dan II. Untuk kontak tingkat pusat maka 16 dari 19 situs partai telah menyediakan informasi kontak. Untuk kontak Daerah tingkat I maka pada kategori informasi Kontak alamat, telah dipenuhi oleh 10 dari 19 situs partai. Untuk kontak Daerah Tingkat II maka kategori informasi kontak alamat telah dipenuhi oleh 5 dari 19 situs partai. Analisa data tersebut menunjukkan bahwa partai berupaya untuk memenuhi fungsi situs sebagai penyedia informasi partai. Hal ini sesuai dengan fungsi situs partai politik sebagai penyedia informasi kepada khalayak khususnya kepada masyarakat Indonesia menjelang kampanye akan kebutuhan informasi.

Untuk Kategori maka seluruh dari 19 situs partai menyediakan informasi berita sedangkan untuk fitur *feedback* disediakan oleh sebanyak 4 dari 19 situs partai. Untuk fitur *download* disediakan oleh sebanyak 5 dari 19 situs dan informasi nama caleg sesuai ijazah hanya 1 dari 19 situs partai. Dengan demikian situs partai telah berupaya memenuhi fungsi penyampai informasi mengenai kegiatan serta penyampai seluruh kondisi yang bersangkutan dengan politik Indonesia. Hal ini sesuai dengan pendapat (McQuail, 1987 : 40). Bahwa media menyelenggarakan sebagian besar kegiatannya dalam lingkungan publik dan merupakan institusi yang terbuka bagi semua orang untuk berperan serta sebagai penerima. Institusi media juga mewakili kondisi publik, seperti yang tampak bilamana media massa menghadapi masalah yang berkaitan dengan pendapat publik, dan ikut berperan membentuknya.

Di sisi lain partai serta pengelolanya kurang memephatikan bahwa situs dapat berfungsi sebagai media massa modern yang tidak hanya menyampaikan informasi namun juga sebagai penampung segala opini publik. Hal ini dapat diperhatikan dari situs partai yang menyediakan fasilitas fitur *feedback* dan fitur download. Untuk ke depannya ke dua fitur tersebut seharusnya mendpakan perhatian penting. Teruatama dalam kondisi masyarakat yang makin kritis sehingga membutuhkan penyampaian informasi yang bolak-balik antara media dan masyarakat itu sendiri.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN.

Pemahaman bahwa media muncul sebagai bentuk reaksi atas aksi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan. Dalam penelitian ini situs partai politik adalah sebagai media komunikasi yang lahir karena adanya interaksi sosial antar individu (pengguna internet) yang memiliki kesamaan tujuan atau kebutuhan terhadap suatu hal dalam bidang politik dan informasi. Kemampuan situs-situs partai politik diharapkan mampu mengakomodasi kebutuhan-kebutuhan anggotanya yang membuat situs partai tersebut tumbuh dan berkembang, sehingga informasi yang dibutuhkan dapat terjawab pada kalangan eksternal atau internal dari parpol itu sendiri dalam usaha mempertahankan eksistensinya dalam persaingan dengan partai-partai politik lainnya. Situs bisa dijadikan sebuah wadah interaksi sosial tentunya dimana terjadi komunikasi antar anggota komunitasnya dan khalayak. Adapun proses komunikasi yang terjadi dalam situs partai politik bisa bersifat komunikasi massa modern, kelompok, maupun interpersonal, tergantung situasi dan kondisi yang dibutuhkan serta efek yang diinginkan anggota komunitas dalam berkomunikasi.

Komunikasi yang terjalin merupakan suatu perilaku atau bentuk interaksi sosial yang terjadi karena adanya dorongan atau motif. Adapun motif-motif berkomunikasi dalam situs partai politik; Motif politik informasi : mencari informasi tentang kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan politik, mencari

informasi tentang perkembangan partai, menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang politik. Motif politik identitas personal : menunjukkan eksistensi diri dalam dunia politik khususnya terhadap sebuah partai, mengukur keterampilan, mengintrospeksi diri dalam artian baik itu partai atau anggotanya itu sendiri. Motif politik interaksi dan interaksi sosial : mencari anggota baru, saling berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam kancah politik, mendapatkan massa atau relasi baru untuk bekerjasama dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan bidang politik.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Berdasarkan kemudahan mengakses *Website Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009* untuk kategorisasi kemudahan mengakses navigasi di setiap halaman terdapat pada 1 *website* resmi (5,26%), dan kategorisasi kemudahan mengakses adanya peta situs sebanyak 5 *website* (26,32%). Sementara *Website Resmi Partai* yang secara kombinasi kategorisasi antara Navigasi setiap halaman dan peta situs sebanyak 9 *website* (47,37%) dan yang tidak memiliki kategorisasi kombinasi terdapat 4 *website* partai (21,05%), *website Resmi Politik Peserta Pemilu 2009* secara keseluruhan 19 *website* (100%) mencantumkan Visi Misi, Program Kerja, dan *Email* sebagai informasi utama *website* tersebut.

Berdasarkan Informasi Dasar *Website*, kategorisasi nomor urut partai sebanyak 19 *Website*, secara kombinasi kategorisasi antara Visi Misi, Program Kerja dan Email hanya terdapat 3 *website* partai (15,79%), Informasi Dasar yang tidak memiliki kontak sebanyak 16 *website* (84,21%).

Pada tingkat Kontak Pusat yang menyediakan informasi Alamat kontak sebanyak 16 *website* atau (84,21%), Pada level Kontak Daerah Tingkat I yang menyediakan informasi Alamat kontak sebanyak 10 *website* atau (52,63%), informasi Telpon sebanyak 10 *website* atau (52,63%), dan Pada level Kontak Daerah Tingkat II yang menyediakan informasi Alamat sebanyak 5 *website* atau (26,32%).

Website dengan fitur berita saja sebanyak 1 *Website* (5,26%) namun secara kombinasi kategorisasi yang memiliki Berita, feedback dan Buku tamu 1 *Website* (5,26%), yang memiliki kombinasi Berita, feedback, Buku tamu dan Download 2 *website* (10,53%) pada kombinasi yang memiliki Berita, feedback, Buku tamu, Pencarian dan Download terdapat 1 *website* saja (5,26%) sementara pada kombinasi kategorisasi yang memiliki Berita dan buku tamu terdapat 12 *website* (63,16), dan pada kombinasi kategorisasi Memiliki Berita, Buku tamu dan Download terdapat 2 *website* (10,53%), Sedangkan *website* yang menampilkan informasi data caleg lengkap hanya terdapat 1 *website* saja dari unit kelengkapan ijazah saja.

Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa *Website* Resmi Partai Politik Peserta Pemilu 2009 belum efektif karena masih banyak kekurangan yang terdapat pada *website* atau situs-situs tersebut. Mulai dari kemudahan akses, informasi dasar, kontak alamat partai politik, fitur pada *website* tersebut, terlebih lagi jika dilihat berdasarkan data caleg, hampir keseluruhan sampel dari *website* resmi partai politik peserta pemilu 2009 tidak mencantumkan atau tidak menjelaskan mengenai data caleg dari partai politik peserta pemilu 2009 tersebut.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka penulis mencoba memberikan masukan atau saran yang nantinya dapat dijadikan sebagai referensi :

1. Diperlukan suatu penelitian lebih lanjut mengenai analisis isi pada penggunaan media situs partai dengan metode analisis isi pada indikator yang berbeda, karena jeda waktu dan pola *maintenance* yang tidak konsisten. salah satu indikator yang berbeda adalah pengaruh *design web* terhadap kecepatan pengaksesan *website* dan kemudahan penggunaan.
2. Bagian pengelola situs partai politik agar memperhatikan kandungan isi sehingga dapat memberikan fungsi maksimal pada pembangunan citra partai politik serta sebagai saluran komunikasi baik *internal* maupun *eksternal*, karena banyaknya data dan informasi yang tidak dapat di akses bahkan informasi atau data tersebut memang tidak tersedia.
3. Bagi partai sendiri diharapkan agar dapat memperhatikan fitur *feedback* serta fitur *download* sebagai upaya untuk menyampaikan informasi secara bolak-balik antara media dan masyarakat karena respon balik merupakan salah satu *responsibility* terhadap setiap informasi yang ingin diketahui khalayak atau user.
4. Bagi pemerintah Indonesia untuk lebih memperhatikan kandungan informasi yang disediakan oleh partai politik dalam situs partai politik agar data yang disajikan bisa dipertanggung-jawabkan kevaliditasan datanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana Nadhya. 2003. *Teknologi Komunikasi : Perspektif Ilmu Komunikasi*. Cetakan I. Lesfi, Yogyakarta
- Bungin, Burhan. 2003. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Cetakan I. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- McQuail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*. Edisi II. Erlangga. Jakarta
- Wimmer, Roger D, dan Joseph R. Dominick. 2000. *Mass Research: An Introduction*, Belmont, CA: Wadsworth Publising Company.
- Lock A and Phill Harris, 1996, *Political Marketing – Vive La Difference*
- Kripendorff, Klauss 1993. *Analisis Isi, Pengantar Teori dan Metodologi*. diterjemahkan oleh Farid Wajidi. Rajawali Pers. Jakarta.
- Rauf, Maswadi. 1993. *Indonesia dan Komunikasi Politik* , Gramedia, Jakarta
- Kartaprawira, Rusadi. 1983. *Sistem politik Indonesia: suatu model pengantar*. Sinar Baru. Bandung
- Susanto, Astrid. 1975. *Indonesia dan Komunikasi Politik*. Gramedia, Jakarta.
- Bulaeng, Andi. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*. Edisi I. Penerbit Andi.
- Harun, H.Rochjana. 2006. *Komunikasi Politik Sebagai Suatu Pengantar*. Mandar maju. Bandung
- Nimmo, Dan 2001. *Kominikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Suparno, Basuki Agus dan Susilastuti. 2010, *Media Komunikasi: Multi perspektif dan pemikiran*. Yogyakarta (*unpublished*)
- Diana, Anastasia, 2001, *Mengenal e-Business*, Penerbit Andi, Yogyakarta

Jurnal Komunikasi

Edwi Arief Sosiawan, 2004. *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Fisip UPN'YK Jurusan Ilmu Komunikasi.

Skripsi

Johar pramularso. 2011, NIM: 153090369 *Manajemen Portal Web Radarjogja.co.id Sebagai Media Iklan(Studi Deskriptif Pada Portal Web www.radarjogja.co.id)* UPN'V'YK.

Kuncoro Eko Wibowo. 2006 NIM: 153020232. *Penerapan E-parlemen sebagai perwujudan transparansi DPRD DIY (studi analisis Isi Pesan Menu Utama "keluhan /aduan/ info" dalam situs www.dprd-diy.go.id)*. UPN'V'YK

Setly Pesha Pinasti. 2009 NIM: 153050271. *Profile E-goverment diIndonesia (analisi isi release dalam situs E-goverment provinsi-provinsi di Indonesia)*.UPN'V'YK)

Sumber Online

<http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html> (Maret 20010)
http://www.geocities.com/ardiztool/sejarah_internet.html (10 Agustus 2009)
http://id.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web.htm (10 Agustus 2009)
http://id.wikipedia.org/wiki/Situs_web.htm (10 Agustus 2010)
http://en.wikipedia.org/wiki/Virtual_community.htm (12 Juli 2010)
<http://en.wikipedia.org/motivation.htm> (18 September 2010)
http://en.wikipedia.org/uses_and_gratification.htm (7 September 2009)
<http://www.andhika.com> (10 Agustus 2009).
<http://www.december.com> (diakses pada tanggal 27 April 2010)
<http://www.educause.edu/ir/library/pdf/pub7101.pdf> (12 Juli 2009)
<http://www.yuoncollege.yk.ca/dl/sw592/wellman.htm> (12 Juli 2009)
<http://edwi.dosen.upnyk.ac.id> (diakses pada tanggal 27 Mei 2009)
<http://www.hanura.com> (diakses 26 mei 2010)
<http://www.partaigerindra.or.id> (diakses 26 mei 2010)
<http://www.pantai-ppi.com> (diakses 26 mei 2010)
<http://pprn.wordpress.com>(diakses 26 mei 2010)
<http://www.pkpb.net>(diakses 26 mei 2010)
<http://www.pk-sejahtera.org/v2/index.php>(diakses 26 mei 2010)
<http://www.amanatnasional.net/>(diakses 26 mei 2010)
<http://www.acehutama.go.id>(diakses 26 mei 2010)
<http://www.fpkb-dpr.or.id>(diakses 26 mei 2010)
<http://dpp-pni.tripod.com>(diakses 26 mei 2010)
<http://www.pdp.or.id>(diakses 26 mei 2010)
<http://www.partaikaryaperjuangan.org>(diakses 26 mei 2010)
<http://www.pdk.id>(diakses 26 mei 2010)
<http://www.golkar.or.id> (diakses 26 mei 2010)
<http://www.ppp.or.id>(diakses 26 mei 2010)

<http://www.partaidamaisejahtera.com>(diakses 26 mei 2010)

<http://www.demokrat.or.id>(diakses 26 mei 2010)

<http://www.pdi-perjuangan.or.id/>(diakses 26 mei 2010)

<http://www.partai-pib.or.id>(diakses 26 mei 2010)

LAMPIRAN

Tabel -tabel

Kemudahan akses

| No | Kategorisasi | f | % |
|--------|-------------------------------|----|--------|
| 1 | Navigasi disetiap halaman | 1 | 5,26 |
| 2 | Peta situs | 5 | 26,32 |
| 3 | Navigasi dan Peta situs | 9 | 47,37 |
| 4 | Tidak memiliki peta dan situs | 4 | 21,05 |
| Jumlah | | 19 | 100,00 |

Informasi utama

| No | Kategorisasi | f | % |
|--------|--|----|-----|
| 1 | Visi Misi, Program Kerja dan Email | 19 | 100 |
| 2 | Tidak memiliki Visi Misi,Program kerja dan Email | 0 | 0 |
| Jumlah | | 19 | 100 |

Indormasi Dasar

| No | Kategorisasi | f | % |
|--------|---|----|--------|
| 1 | Nomor Urut, Nama, Logo, Kontak dan Alamat | 3 | 15,79 |
| 2 | Tidak memiliki Kontak | 16 | 84,21 |
| Jumlah | | 19 | 100,00 |

Alamat kantor pusat

| No | Kategorisasi | f | % |
|---------------------|--------------|----|--------|
| Alamat Kontak Pusat | | | |
| 1 | Ada | 16 | 84,21 |
| 2 | Tidak Ada | 3 | 15,79 |
| Jumlah | | 19 | 100,00 |

Alamat kantor daerah tingkat satu

| No | Kategorisasi | f | % |
|--------------------------------|--------------|----|--------|
| Alamat Kontak Daerah Tingkat I | | | |
| 1 | Ada | 10 | 52,63 |
| 2 | Tidak Ada | 9 | 47,37 |
| | Jumlah | 19 | 100,00 |

Alamat kantor daerah tingkat 2

| No | Kategorisasi | f | % |
|---------------------------------|--------------|----|--------|
| Alamat Kontak Daerah Tingkat II | | | |
| 1 | Ada | 5 | 26,32 |
| 2 | Tidak Ada | 14 | 73,68 |
| | Jumlah | 19 | 100,00 |

Fitur

| No | Kategorisasi | f | % |
|----|--|----|--------|
| 1 | Berita | 1 | 5,26 |
| 2 | Feedback | 0 | 0,00 |
| 3 | Buku Tamu | 0 | 0,00 |
| 4 | Pencarian | 0 | 0,00 |
| 5 | Download | 0 | 0,00 |
| 6 | Memiliki Berita, Feedback dan Buku tamu | 1 | 5,26 |
| 7 | Memiliki Berita, Feedback, Buku tamu dan Download | 2 | 10,53 |
| 8 | Memiliki Berita, Feedback, Buku tamu, Pencarian dan Download | 1 | 5,26 |
| 9 | Memiliki Berita dan Buku tamu | 12 | 63,16 |
| 10 | Memiliki Berita, Buku tamu dan Download | 2 | 10,53 |
| | Jumlah | 19 | 100,00 |

Data caleg

| no | Kategorisasi | f | % |
|----|---------------------------|----|--------|
| 1 | Memiliki data caleg | 1 | 5,26 |
| 2 | Tidak memiliki data Caleg | 18 | 94,74 |
| | Jumlah | 19 | 100,00 |

Gmabr-gambar

